
BACHELORARBEIT

Herr
Sebastian Steenbock

**Potenzielle Interessenkonflikte
bei der Vermarktung von
Profifußballern**

2014

BACHELORARBEIT

Potenzielle Interessenkonflikte bei der Vermarktung von Profifußballern

Autor:

Herr Sebastian Steenbock

Studiengang:

Angewandte Medien

Seminargruppe:

AM11wS1-B

Erstprüfer:

Herr Prof. Dr. Detlef Gwosc

Zweitprüfer:

Herr Andreas Horn

Einreichung:

Hamburg, den 31.07.2014

BACHELOR THESIS

Potential conflicts of interests during the commercialization of professional football players

author:

Mr. Sebastian Steenbock

course of studies:

Applied Media

seminar group:

AM11wS1-B

first examiner:

Mr. Prof. Dr. Detlef Gwosc

second examiner:

Mr. Andreas Horn

submission:

Hamburg, 31 July 2014

Bibliografische Angaben

Steenbock, Sebastian:

Potenzielle Interessenkonflikte bei der Vermarktung von Profifußballern

Potential conflicts of interests during the commercialization of professional football players

85 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2014

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	VIII
Tabellenverzeichnis.....	IX
1 Einleitung.....	1
2 Spielervermarktung	2
2.1 Begriffserklärung Spielervermarktung	2
2.2 Aktuelle Situation der Spielervermarktung.....	4
2.2.1 Eigenvermarktung	5
2.2.2 Vermarktung durch Agenturen	8
2.3 Fußballprofis als Werbeträger	9
3 Einflüsse auf die Entwicklung der Spieler.....	13
3.1 Marktwertentwicklung von Spielern	13
3.1.1 Historische Betrachtung	13
3.1.2 Einflussfaktoren auf die Marktwertentwicklung	15
3.1.3 Folgen der Marktwertentwicklung.....	17
3.2 Emotionale Bindung des Spielers zum Verein.....	20
3.3 Sportliche Perspektiven	21
3.4 Vorbildfunktion/Image der Spieler.....	23
4 Interessen der beteiligten Parteien	27
4.1 Interessen der Verbände	27
4.1.1 FIFA.....	27
4.1.2 DFB	29
4.2 Interessen der Spieler.....	30
4.3 Interessen der Vereine	33
4.4 Interessen der Berater	36
5 Konfliktpotenzial beim Aufeinandertreffen der Parteien.....	37
5.1 Spieler ↔ Verein	37
5.2 Spieler ↔ Berater	39
5.3 Verein ↔ Berater	40

6	Berufsbild des Spielerberaters	43
6.1	Unterschiede zwischen Spielerberater und Spielervermittler	43
6.2	Deutsche Fußballspieler-Vermittler Vereinigung	45
6.3	Entwicklung des Berufs Spielerberater	46
6.4	Aufgaben/Herausforderungen des Spielerberaters	48
6.5	Image der Spielerberater	54
7	Ausblick / zukünftige Entwicklung	56
8	Fazit	57
	Literaturverzeichnis	X
	Anhang	XIV
	Eigenständigkeitserklärung	XV

Abkürzungsverzeichnis

AC	Athletic Club / Associazione Calcio
BSC	Berliner Sport-Club
BVB	Ballspielverein Borussia
CHF	Schweizer Franken
DFB	Deutscher Fußball-Bund
DFL	Deutsche Fußball Liga
DFVV	Deutsche Fußballspieler-Vermittler Vereinigung
EFAA	European Football Agents Associations
e.V.	eingetragener Verein
FC	Fußball-Club / Futbol Club / Football Club
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FSV	Fußball- und Sportverein
HSV	Hamburger Sport-Verein
NOFV	Nordostdeutscher Fußballverband
nsn	neblung sportsnetwork
RB	RasenBallsport
SC	Sport-Club
SSC	Società Sportiva Calcio
SV	Sport-Verein
TV	Television
UEFA	Union of European Football Associations
VDV	Vereinigung der Vertragsfußballspieler
VfB	Verein für Bewegungsspiele
VfL	Verein für Leibesübungen
VIP	Very important person

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vermarktungsarten im deutschen Profifußball.....	6
Abbildung 2: Vermarktungsarten 1. Bundesliga.....	8
Abbildung 3: Logo neblung sportsnetwork.....	9
Abbildung 4: Logo RB Leipzig seit 2014	22
Abbildung 5: Kevin Keegan im Trikot des Hamburger SV 1979	26
Abbildung 6: Logo FIFA	27
Abbildung 7: Logo DFB.....	30
Abbildung 8: Logo Vereinigung der Vertragsfußballer	31
Abbildung 9: Logo Deutsche Fußballspieler Vermittler-Vereinigung	45

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Unterschied von Investitionen zu Tabellenplatz 2013/2014	18
Tabelle 2: Zielsetzungen eines Fußballprofis	33
Tabelle 3: Top 10 Herkunftsländer Spielerberater	49

1 Einleitung

Der wohl bekannteste und somit auch beliebteste Sport der Welt ist Fußball. Fußballmannschaften sind mittlerweile zu wirtschaftlichen Unternehmen geworden und machen pro Saison mehrere Millionen Euro Umsatz. Allein die deutsche Bundesliga erzielte in der Saison 2012/2013 einen Umsatz von 2,17 Milliarden Euro, was gleichbedeutend der neunte Umsatzrekord in Folge ist.¹ Profifußballer sind längst nicht nur noch Fußballer. Sie sind Werbeträger, Vorbild, Repräsentant eines Vereins oder sogar eines ganzen Landes und sozusagen ein wirtschaftliches Produkt bzw. ein Dienstleister. Folgerichtig gibt es verschiedenste Parteien, die an diesem wirtschaftlichen Großprojekt teilhaben wollen. Alle Beteiligten haben einen gewissen Einfluss und auch einen Nutzen von diesen enormen Umsatzsummen, von den Vereinen über die Spieler bis hin zu deren Beratern.

Folgerichtig ist nur, dass es, wenn es um die Vermarktung von Profifußballern geht, häufig zu Konflikten kommt. Doch werden diese ominösen Personen, die sich Berater, Spieleragent oder Manager nennen, überhaupt benötigt? Kann nicht ein Spieler selbst entscheiden, zu welchem Verein er wechselt und wie viel Geld er dort verdient? Diese Fragen sollen in dieser Arbeit beantwortet werden und unter anderem klar stellen, ob die oben genannten Konflikte auch vorherrschen würden, wenn es keine Berater gäbe.

Um diese Fragen zu beantworten, wird zunächst ein Überblick über die Spielervermarktung in Deutschland gegeben und die aktuelle Situation beschrieben. Dazu werden die Bereiche Eigenvermarktung und Vermarktung durch Agenturen gegenüber gestellt sowie Vor- und Nachteile der jeweiligen Vermarktungsarten aufgezeigt.

Nachdem verschiedenste Faktoren, die Profifußballer in ihrer Entwicklung und somit auch deren Stellung in der Landschaft des Profifußballs beeinflussen, dargelegt werden, folgen die Interessen der beteiligten Parteien bei der Vermarktung von Profifußballern. Durch diese Interessen, die ein jeder vertritt, entstehen erst die Konfliktsituationen, die im darauffolgenden Kapitel beschrieben werden.

Bevor dann abschließend ein Fazit gezogen wird, analysiert der Autor das Berufsbild des Spielerberaters genauer, um die Stellung und die Aufgaben dieses Berufs zu charakterisieren.

¹ Vgl. DFL, 2014 o.S.

2 Spielervermarktung

Zur Einleitung in das Thema wird in diesem Kapitel die Vermarktung von Profifußballern genauer betrachtet. Hierzu wird mit einer Begriffserklärung begonnen, um anschließend die aktuelle Situation zu beschreiben. Dabei wird zudem auf den Unterschied der Eigenvermarktung zur Vermarktung durch Berater oder Agenturen eingegangen. Abgeschlossen wird dieses Kapitel durch den Abschnitt Werbung und Sponsoring, da dies bei der Vermarktung mittlerweile eine sehr große Rolle spielt.

2.1 Begriffserklärung Spielervermarktung

Versucht man eine Definition für den Begriff „Spielervermarktung“ zu finden, stellt sich zunächst die Frage, in welches übergeordnete Gebiet das Thema eingeordnet werden kann. Die Spielervermarktung ist zunächst einmal ein sportliches Thema, welches sich mit der Vermarktung oder dem Marketing von Profifußballern beschäftigt. Somit kann man vorerst festhalten, dass die Spielervermarktung dem Bereich des Sportmarketing zugeordnet werden kann. So geht bei der Definition von Spielervermarktung kein Weg an einer Definition von Sportmarketing vorbei.

Dabei stößt man allerdings schon auf das erste Problem, denn es muss geklärt werden, ob das Sportmarketing eine eigenständige Disziplin oder lediglich eine abgewandelte Form des allgemeinen Marketing ist. Laut Nufer sei diese Frage noch weitestgehend ungeklärt.² Für den Status als Form des allgemeinen Marketing spricht die Tatsache, dass Marketingexperten ihre Kenntnisse auf verschiedenste Wirtschaftsbereiche, wie z.B. Industrie- sowie Konsumgüter oder Dienstleistungen, übertragen müssen. Ebenso haben sie ihr Fachwissen auf sportorientierte Produkte anzuwenden. Fakt ist also, dass *„jeder Marketingfachmann auch ein guter Marketing-Manager für den Sport sein“*³ kann, was bedeute, dass der Bereich Sport keine eigenen, ausgebildeten Sportmarketing-Manager benötigt.

Dagegen spricht, dass Sportmarketing etwas Spezielles und Eigenes hat, was schon ein gewisses Sportfachwissen sowie eine Übersicht des Sportmarktes mit all seinen Eigenheiten verlangt. Somit unterscheidet sich Sportmarketing schon enorm von anderen Branchen und benötigt eine gewisse Vertiefung in die Materie. Demnach erfordert das Sportmarketing auch speziell ausgebildete Sportmarketing-Manager.

² Vgl. Nufer, 2013: S. 39

³ Nufer, 2013: S. 7

Experten zufolge besteht in diesen beiden Sichtweisen jedoch kein Gegensatz, sondern beide haben ihre Richtigkeit. So bilden die allgemeinen Marketingansätze die Basis für Sportmarketing. Die erfolgreiche Vermarktung im Sport hängt allerdings von der Fähigkeit ab, sich in die sportinternen Gegebenheiten hineinversetzen zu können und diese auch zu verstehen.

Grundsätzlich ist beim Sportmarketing zwischen dem „Marketing von Sport“ und dem „Marketing mit Sport“ zu unterscheiden. Unter Marketing von Sport ist „die Vermarktung von Sportprodukten durch Sportorganisationen und sportnahe Unternehmen“⁴ zu verstehen. Das Marketing mit Sport meint hingegen die Vermarktung von Produkten und Unternehmen, die keine Sportleistungen anbieten, sich aber des Instruments Sport bedienen.⁵

„Sportmarketing ist die spezifische Anwendung der Marketing-Prinzipien und – Prozesse auf Sportprodukte und Sportdienstleistungen im Sinne der marktorientierten Unternehmensführung. Sportmarketing umfasst dabei sowohl die Vermarktung von Sportprodukten durch Sportorganisationen [...] als auch das Marketing von sportnahen und sportfernen Produkten und Dienstleistungen durch Unternehmen mittels der Verwendung des Sports [...].“⁶

Durch diese Definition werden die vorher betrachteten Unterschiede miteinander vereint.

Weiterhin gibt es in Bezug auf Sportmarketing einige Besonderheiten. Eine dieser Besonderheiten ist der Sportmarkt. Im Hinblick auf den Fußballmarkt besteht eine sogenannte „Kooperenz“ zwischen den Fußballvereinen. Damit ist gemeint, dass die Vereine zeitgleich miteinander konkurrieren und kooperieren müssen, damit ein Wettkampf stattfinden kann. Die Konkurrenz zeichnet sich dabei durch den Ligabetrieb, den Kampf um Punkte und neben dem Spielfeld den Wettbewerb um Spieler und andere Ressourcen aus. Die Kooperation zielt darauf ab, dass überhaupt ein „vermarktungsfähiges Produkt“, nämlich das Spiel selbst, entstehen kann.⁷ Die Vereine sollen also in dem Punkt kooperieren, dass sie sich gemeinsam an die festgelegten Regeln halten

⁴ Nufer, 2013: S. 7

⁵ Vgl. Nufer, 2013: S. 6 f.

⁶ Nufer, 2013: S. 8

⁷ Vgl. Nufer, 2013: S. 8 f.

und somit ein fairer Wettbewerb erfolgen kann. Demzufolge produzieren die sportlichen Konkurrenten in Gemeinschaftsproduktion das Produkt „Fußballspiel“.⁸

Diesbezüglich würde die Vermarktung von Profifußballern unter den Bereich „Marketing von Sport“ fallen, da hierbei Sportprodukte bzw. Sportproduzenten vermarktet werden. Da Fußballspieler benötigt werden, um Fußballspiele stattfinden zu lassen, kann man sie durchaus als Produzenten des Gutes Fußballspiel bezeichnen.

2.2 Aktuelle Situation der Spielervermarktung

Im Folgenden wird die aktuelle Situation der Spielervermarktung betrachtet. Dabei wird hauptsächlich auf die Eigenvermarktung und die Vermarktung durch Agenturen bzw. durch Berater eingegangen. Zur Eigenvermarktung zählt in dieser Arbeit die Vermarktung ganz ohne beratende Personen, aber auch die Vermarktung durch Familienangehörige. In den deutschen Profifußballligen ist das Gros der Fußballspieler durch Berater oder Agenturen vertreten.

Die Gründe für eine Wahl zur Eigenvermarktung bzw. zur Vermarktung durch Agenturen oder Berater können verschiedenster Natur sein. So gibt der deutsche, in Österreich spielende Profifußballer Brian Behrendt als Grund für eine externe Beratung an, dass durch das mittlerweile eigenständige Berufsbild der Spielerberater diese über ein weitaus größeres Netzwerk verfügen und im Bereich Fußball mehr Erfahrung und zugleich auch Routine im Umgang mit Gehaltsvorstellungen haben.

Weiterhin habe die, vor seiner Profikarriere schon vorhandene, persönliche Beziehung zu seinem Berater, Behrendts Entscheidung einen Berater zu engagieren wesentlich vereinfacht. Brian Behrendt unterstreicht jedoch, dass er sich nicht grundsätzlich gegen eine Beratung durch Familienangehörige entschieden habe. Sein Vater bzw. seine Familie unterstütze ihn immer noch in allen Bereichen und seien somit immer noch wichtige Entscheidungsträger für ihn.⁹

Die aktuelle Situation wird allerdings von den Vereinen als negativ angesehen. Christian Heidel, Manager vom 1. FSV Mainz 05, beschreibt die Situation wie folgt:

⁸ Vgl. Nufer, 2013: S. 11

⁹ Vgl. Anhang 2

„Wenn sie sich bei uns ein U19 Spiel anschauen, dann sind da im Schnitt 100 Besucher. Da sind 50 Eltern und 50 Berater bei jedem Spiel. Das geht runter bis in die U15. Es geht um Visitenkarten verteilen, Gesprächstermine vereinbaren, Kaffetrinken gehen mit den Eltern und den Jungen. Das ist ein völlig normaler Prozess, der leider schon mit Kindern gemacht wird, um ja nicht zu spät zu sein“.¹⁰

Weiterhin wird die aktuelle Situation als eine zum „Fremdschämen“ eingeschätzt. Dieser Meinung ist zumindest Ulf Baranowsky, Geschäftsführer der Spielergewerkschaft „Vereinigung der Vertragsfußballer e.V.“. Einige Spielerberater gäben neben ihren Visitenkarten auch noch 50 Euro an die jungen Spieler zwischen 12 und 15 Jahren in der Hoffnung, dass einige der Talente käuflich seien.

Hinzukommt, dass die Spieler und ihre Familien durch Sachgeschenke geködert werden sollen. So berichtet der Vater von Marcos Alvarez (aktuell Profi beim VfL Osnabrück) seine Familie sei mit *„Tickets für die VIP-Lounge für ein Grönemeyer-Konzert [gelockt worden]. Da saßen [sie] dann mit den Eltern anderer Spieler, die interessant waren.“¹¹*

2.2.1 Eigenvermarktung

Laut FIFA Spielervermittler-Reglement ist es Familienangehörigen und Rechtsanwälten auch ohne offizielle Spielervermittler-Lizenz erlaubt, Spieler zu betreuen und beraten.¹² Unter Familienangehörige fallen allerdings nur Eltern, Geschwister und Ehepartner. Trotz dieser sehr geringen Eintrittshürde gibt es jedoch vergleichsmäßig wenige Spieler, die sich von Familienangehörigen vertreten lassen. Betrachtet man die ersten drei Profiligen in Deutschland, so werden von den aktuell 1.487 Spielern lediglich 28 und damit 1,88 % der Spieler von Familienangehörigen beraten.

¹⁰ Runde, 2014 o.S.

¹¹ Runde, 2014 o.S.

¹² Zum besseren Verständnis werden in dieser Arbeit Rechtsanwälte zur Vermarktung durch Agenturen bzw. Berater gezählt

Vermarktungsarten im deutschen Profifußball

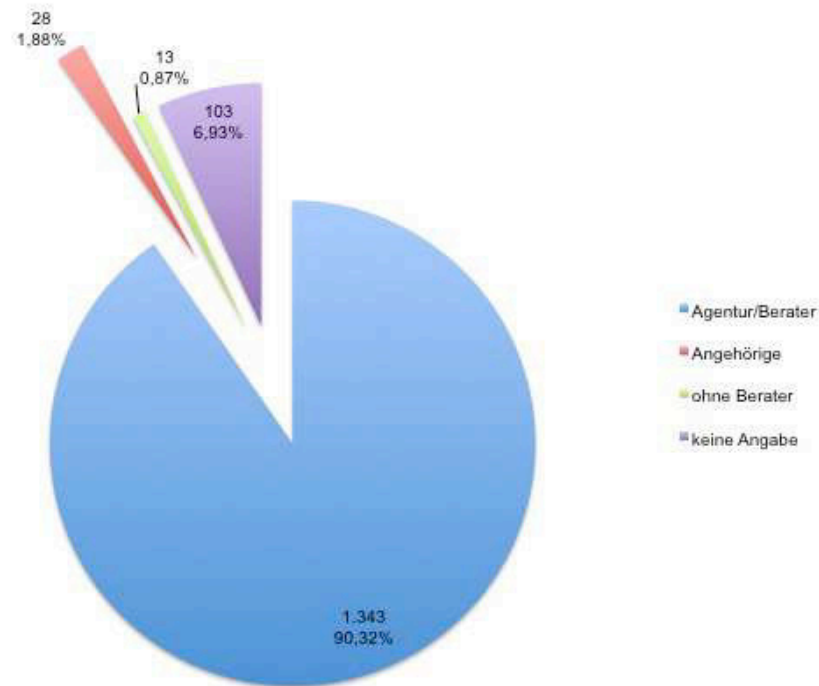


Abbildung 1: Vermarktungsarten im deutschen Profifußball¹³

Zu den prominentesten Spielern in Deutschland, die sich von Familienangehörigen beraten lassen, gehören David Alaba (FC Bayern München, Marktwert: 32 Millionen €), Ilkay Gündogan (Borussia Dortmund, Marktwert: 27 Millionen €) und Arjen Robben (FC Bayern München, Marktwert: 25 Millionen €). Damit beweisen sie, dass man nicht unbedingt einen externen Spielerberater oder eine Agentur benötigt, um bei großen und erfolgreichen Vereinen zu spielen. Im internationalen Vergleich werden fußballerische Größen wie Lionel Messi (FC Barcelona, Marktwert: 120 Millionen €), Sergio Ramos (Real Madrid, Marktwert: 40 Millionen €) und Juan Mata (Manchester United, Marktwert: 40 Millionen €) von Verwandten beraten.¹⁴

Zur Eigenvermarktung gehören andererseits auch Spieler, die ganz ohne Berater agieren. Diese Spieler sind gewissermaßen auf sich allein gestellt und führen Verhandlungen mit Vereinen oder Sponsoren selbst durch. Nicht mehr als 13 Spieler gehen in

¹³ Eigene Erhebung auf Basis von <http://www.transfermarkt.de>

¹⁴ Vgl. Transfermarkt.de, 2014: o.S.

Deutschland den Weg als Profifußballer ohne Beratungsperson. Vier davon spielen in der ersten Bundesliga, drei Viertel davon spielen beim FC Augsburg. Die bekanntesten dürften Alexander Manninger (FC Augsburg, Marktwert: 300.000 €) und Daniel Didavi (VfB Stuttgart, Marktwert: 500.000 €) sein. Somit sind 0,87 % der in Deutschland beschäftigten Profifußballer ohne Berater tätig (siehe Abbildung 1).

Bei diesen Zahlen ist jedoch zu beachten, dass bei einigen Spielern der Beraterstatus nicht eindeutig geklärt ist. Zu 26 Spielern der ersten Bundesliga und insgesamt 103 Spielern der ersten drei Ligen konnte keine Angabe zum Beraterstatus ermittelt werden.

Die Geschichte liefert zusätzlich einige Beispiele dafür, dass man auch ohne Berater lukrative Verträge als Profifußballer abschließen kann. Ein Beispiel dafür lieferte Radmilo Mihajlovic im Jahr 1991. Der damals beim FC Bayern München spielende Stürmer stand vor einem Wechsel zum FC Schalke 04. Bei den Vertragsverhandlungen verlangte der damalige Präsident des FC Schalke 04, Günter Eichberg, vom Stürmer seine Forderungen in den Vertrag einzutragen. Dieser trug selbstbewusst 500.000 D-Mark Grundgehalt, 1,6 Millionen D-Mark Handgeld, ein mietfreies Haus und einen Mercedes in die freie Fläche ein. Eichberg unterzeichnete kurze Zeit später den Vertrag ohne weitere Verhandlungen.¹⁵

Die Nachteile durch Eigenvermarktung oder durch Vermarktung von Familienangehörigen werden beispielsweise von Spielerberater Jörg Neblung wie folgt eingeschätzt:

„Unsere Erfahrungen zeigen, dass bei einer Beratung durch Familienangehörige in den allermeisten Fällen die notwendige professionelle Distanz fehlt. Eltern sind in der Einschätzung der Leistungen ihrer Kinder oftmals befangen bzw. subjektiv, was logisch, bei der Arbeit aber nicht zielführend ist. Es kommt zu einer verklärten Sicht und infolge dessen zu einer Falschberatung. Außerdem fehlt Eltern gänzlich die Marktübersicht und Erfahrung, um Angebote oder auch die Situation in einem Club einschätzen zu können.“¹⁶

¹⁵ Vgl. Schneider, 2014: o.S.

¹⁶ Anhang 1

2.2.2 Vermarktung durch Agenturen

Im Gegensatz zur Eigenvermarktung steht die Vermarktung durch Agenturen bzw. Berater. Insgesamt nehmen 90,32 % der in Deutschland beschäftigten Spieler die Dienste eines Beraters oder einer Agentur in Anspruch. In absoluten Zahlen bedeutet das, dass 1.343 der 1.487 Spieler in den ersten drei Profiligen einen externen Berater beschäftigen (siehe Abbildung 1).

In der Bundesliga ist der prozentuale Anteil von Spielern mit einem Berater mit 91,14 % sogar noch etwas höher als im Durchschnitt.

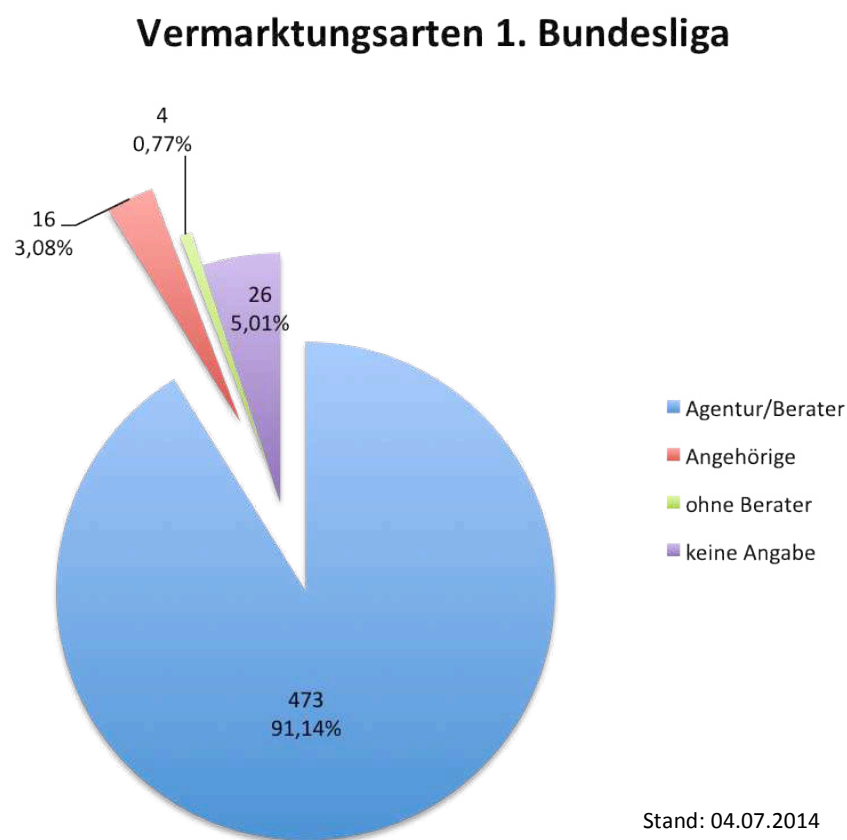


Abbildung 2: Vermarktungsarten 1. Bundesliga¹⁷

¹⁷ Eigene Erhebung auf Basis von <http://www.transfermarkt.de>

Der große Vorteil gegenüber der Eigenvermarktung zeigt sich hauptsächlich in der Erfahrung, die Berater oder Agenturen mit sich bringen. Sie sind teilweise schon mehrere Jahre in der Branche tätig und kennen somit alle Tücken und lauernden Gefahren.

Dass die Mehrheit der Profifußballer von Beratern vertreten wird, ist jedoch noch nicht lange der Fall. Noch im Jahr 1991 war es Spielerberatern sogar untersagt an den Vertragsverhandlungen ihrer Klienten teilzunehmen. Diese Regelungen wurden damals vom DFB festgelegt.¹⁸

Ein weiterer Grund für die Beschäftigung von Beratern oder Agenturen ist der, dass Eltern von talentierten jungen Spielern meist mit der Situation überfordert sind. Das Geheimnis auf dem Weg zum Fußballprofi sei, die „schwarzen Schafe“ der Branche zu umgehen. Falls der Spieler wirklich talentiert ist, müsse er nicht lange auf einen Anruf der großen Vermarktungsagenturen warten. Ist das der Fall, kann man davon ausgehen, dass es sich um seriöse Berater handelt.¹⁹

Professionelle Spielerberatung habe laut dem „neblung sportsnetwork“ den großen Vorteil, dass der Spieler die Möglichkeit hat, sich komplett auf seine sportlichen Herausforderungen zu konzentrieren und Angelegenheiten wie Vertragsverhandlungen, Vereinssuche etc. in die Hände eines erfahrenen und seriösen Beraters zu legen.²⁰



Abbildung 3: Logo neblung sportsnetwork²¹

2.3 Fußballprofis als Werbeträger

In diesem Kapitel wird zum einen die werbliche Funktion von Fußballern, zum anderen aber auch der Profifußballer als Marke untersucht. Zur Vermarktung von Fußballern gehört neben den fußballerischen Leistungen und dem Image auch die Marke eines

¹⁸ Vgl. O.V., 1991: S. 180

¹⁹ Vgl. Runde, 2014: o.S.

²⁰ Vgl. Anhang 1

²¹ neblung sportsnetwork, 2014: o.S.

Fußballers, wobei die Bedeutung dieser in den letzten Jahren stark zugenommen hat. Das beste Beispiel hierfür liefert im Moment der wohl teuerste Fußballspieler aller Zeiten, der walisische Nationalspieler Gareth Bale. Dieser war vor der Saison 2013/2014 für geschätzte 90 bis 100 Millionen Euro von den Tottenham Hotspur zu Real Madrid gewechselt. Dadurch ist er jetzt auch im Werbegeschäft sehr gefragt. Im März 2013 reichte er beim Intellectual Property Office, das britische Pendant zum Deutschen Patent- und Markenamt, den Antrag auf den markenrechtlichen Schutz seines Torjubels ein. Dieses Symbol zeigt ein Herz, welches Bale mit seinen beiden Daumen und Zeigefingern formt, in Verbindung mit seiner Rückennummer 11.²²

Als wertvollste deutsche Fußballermarken galt beispielsweise 2011 noch Bastian Schweinsteiger mit einem Markenwert von 25 Millionen Euro. Im darauffolgenden Jahr wurde er allerdings von Thomas Müller als wertvollste Fußballermarken abgelöst. Der Unterschied zwischen Markenwert und Marktwert eines Fußballspielers liegt kurz beschrieben darin, dass der Marktwert hauptsächlich für Vereine und Vermittler relevant ist, der Markenwert hingegen für die werbliche Verwendung des Spielers durch Unternehmen.²³

Die Werbung von und mit prominenten Persönlichkeiten wird umgangssprachlich auch als Testimonialwerbung bezeichnet, wobei dieser Begriff eigentlich nicht passend ist. Wortwörtlich übersetzt ist ein Testimonial ein Empfehlungsschreiben oder ein Leistungszeugnis. Somit gibt die Person, die als Testimonial bezeichnet wird, lediglich eine Empfehlung für ein bestimmtes Produkt ab. Dementsprechend ist die Person nichts anderes als der Träger, der eine Empfehlung in seinem Namen abgibt. Zum besseren Verständnis wird in dieser Arbeit trotzdem der Begriff Testimonial als Person verwendet.²⁴

Am häufigsten werden in der Werbung aktive Sportler als solche Testimonials eingesetzt. Diese verkörpern durch ihren Beruf automatisch verschiedene Werte wie Dynamik, Leistung und Erfolg. Darüber hinaus verfügen sie über einen hohen Bekanntheitsgrad. Folglich sind alle Voraussetzungen für einen positiven Imagetransfer vom Sportler auf das Produkt gegeben.

Zum Teil werden auch ehemalige Sportler als Werbeträger in Anspruch genommen. Dadurch, dass diese nicht mehr aktiv Sport betreiben, wird das Risiko ihr Image zu

²² Vgl. Haberkamm, 2014: o.S.

²³ Vgl. Batten & Company, 2012: S. 15

²⁴ Vgl. Nufer, 2013: S. 325

gefährden, minimiert. Dies geschehe häufig durch Misserfolg, Verletzungen, Formschwäche oder auch unfaires Verhalten, v.a. Doping, im Sport. Der Einsatz von einstigen Profisportlern bietet zudem eine Win-win-Situation für beide Parteien. Die werbenden Unternehmen erhalten (meistens) einen positiven Imagetransfer auf ihr Produkt. Die Sportler erlangen einerseits einen finanziellen Gewinn und bleiben andererseits auch nach ihrer aktiven Karriere weiterhin im Gedächtnis der Zielgruppe.²⁵

Die Testimonials sind jedoch gründlich auszuwählen, denn nicht jeder Sportler bzw. Spieler ist für jedes Produkt geeignet. Die Auswahl der Testimonials erfolgt demnach anhand unterschiedlicher Kriterien. Diese sind beispielsweise hohe Bekanntheits- oder hohe Sympathiewerte, dauerhafter Erfolg sowie eine starke Persönlichkeit. Mit letzterem ist gemeint, dass sich der Spieler durch seine Charaktereigenschaften bereits ein Alleinstellungsmerkmal, die sogenannte „Unique selling proposition“, verschafft hat.²⁶

Ebenso darf das Vertrauen der Zielgruppe in das Testimonial nicht erschüttert sein. Das Vertrauen beinhaltet Komponenten wie Wohlwollen, Integrität, Glaubwürdigkeit und Kompetenz. Die Kompetenz beispielsweise ergibt sich in Bezug auf einen Fußballspieler primär durch seine sportlichen Leistungen. Die Beurteilung eines Individuums, hier durch die Zielgruppe, wird maßgeblich von der physischen Attraktivität des Sportlers beeinflusst.²⁷

Andererseits können Spieler trotz sorgfältiger Auswahl eine negative Werbewirkung erreichen. Dies muss nicht einmal willentlich geschehen. Ein solcher Effekt tritt etwa dann ein, wenn die Spieler durch ihre außerordentliche Bekanntheit das beworbene Produkt überstrahlen. In diesem Fall ist der Fokus der Zielgruppe auf die Person an sich gerichtet und nicht auf das Produkt.

Ein anderes Beispiel ist der sogenannte Überlagerungseffekt. Dazu kommt es, wenn ein Spieler für mehrere Produkte gleichzeitig oder kurz hintereinander als Testimonial auftritt. Experten stellten sogar einen Zusammenhang fest. Je mehr Produkte von einem Testimonial beworben werden, desto *„weniger werbliche Durchsetzungskraft und Aufmerksamkeit kann jede einzelne Marke generieren. Damit werden die eigentliche*

²⁵ Vgl. Nufer, 2013: S. 328 f.

²⁶ Vgl. Nufer, 2013: S. 337 f.

²⁷ Vgl. Huber; Meyer, 2008: S. 70 ff.

*Transferleistung des Werbespots und die angestrebte Produktdifferenzierung nicht mehr erreicht.*²⁸

Franz Beckenbauer etwa trat für drei verschiedene Telekommunikationsunternehmen als Testimonial auf. Er war sowohl für E-Plus als auch für O2 und die Telekom Werbebotschafter. Hierdurch hat er als Testimonial an Glaubwürdigkeit verloren.²⁹

²⁸ Nufer, 2013: S. 339

²⁹ Vgl. Kittelmann, 2014: S. 8

3 Einflüsse auf die Entwicklung der Spieler

Profifußballer werden von vielen Aspekten während ihrer Karriere beeinflusst. Dieser Einfluss kann sowohl positiv als auch negativ auf den Spieler einwirken. In diesem Kapitel werden die positiven und negativen Einwirkungen aufgezeigt. Zunächst einmal wird auf die Bedeutung des Marktwertes für die Spieler eingegangen. Im Zuge dessen werden auch die Einflussfaktoren auf den Marktwert und die Folgen der Marktwertentwicklung eines Spielers näher beleuchtet. Im Anschluss daran wird untersucht, welche Rolle die emotionale Bindung eines Spielers zu einem Verein für dessen Entwicklung spielt. Ebenso werden sportliche Perspektiven und die vermeintliche Vorbildfunktion bzw. das Image eines Spielers analysiert, welche den Spieler in der Entwicklung beeinflussen.

3.1 Marktwertentwicklung von Spielern

Im folgenden Abschnitt geht es darum, die Marktwertentwicklung von Spielern zu ermitteln. Zunächst einmal wird retrospektiv überprüft, wie sich die Marktwerte und auch die Ablösesummen für Spieler in den letzten 40 Jahren verändert haben. Bevor die Folgen dieser Marktwertentwicklung präsentiert werden, geht der Autor auf die Ursachen dieser Entwicklung ein.

3.1.1 Historische Betrachtung

Betrachtet man die Ausgaben für Spieler zu Beginn der Bundesliga im Jahr 1963 und vergleicht sie mit den Ausgaben, die heutzutage getätigt werden, ist beachtlich, wie sich die Summen bis heute verändert haben. Bis zum Ende der 1960er Jahre wurden die Ablösesummen noch vom DFB geregelt. So durften Vereine bis dahin lediglich 100.000 D-Mark an die abgebenden Vereine für Spieler bezahlen. Muss ein Verein doch mehr als diese Summe für einen Spieler ausgeben, um ihn zu bekommen, beschäftigt sich der Bundeligausschuss mit dem Thema. Er hat dann die Aufgabe, die Summe entweder zu genehmigen oder abzulehnen.

Als Grundlagen der Marktwertbestimmung galten damals Spiele des Spielers in der Nationalmannschaft, andere Spiele in Auswahlmannschaften und die subjektive Beur-

teilung des Spielers durch den Verein, respektive der Verantwortlichen. Trotzdem wurden bereits zu dieser Zeit diese Höchstsummen häufig überschritten.³⁰

Um die Transfers in Deutschland weitestgehend regeln zu können, führte der DFB 1966 eine „Paritätische Fußballspieler-Vermittlungsstelle“ ein. Darüber sollten fortan alle Transfers ablaufen. Damit wollte der DFB zum einen die Machenschaften von illegalen Spielervermittlern zurückschrauben, zum anderen sollte eine Markttransparenz geschaffen werden.

Die erfolgreiche Zwischenschaltung dieser zu niedrigen Stelle bei Transfers konnte allerdings nur funktionieren, wenn der DFB die unrealistischen Höchstsummen für Transfers auflockert oder sogar aufhebt. Damit sollte verhindert werden, dass ein ähnlicher Skandal auftritt wie in der Saison 1964/1965. In dieser Saison wurde Hertha BSC Berlin aus der Bundesliga ausgeschlossen, da der Verein im Zuge der Vermittlung von Spielern zu hohe Zahlungen getätigt und somit gegen ein Bundesligastatut gehandelt hatte. In diesem Jahr zahlte der Berliner Klub allein 140.000 D-Mark an Spielervermittler. Das Bundesligastatut ließ jedoch offiziell lediglich einen Betrag von 15.000 D-Mark an Handgeld für die Vermittlungstätigkeiten zu.³¹

Knapp zehn Jahre später kam es dann zum ersten Millionentransfer der deutschen Fußballgeschichte. Der Belgier Roger van Gool wechselte für eine Ablöse von 1.000.000 D-Mark vom FC Brügge zum deutschen Klub 1. FC Köln. Eine Summe, die gegenwärtig kaum Beachtung erhalten würde und bei Transfers von Zweitligaspielern gang und gäbe ist.

Bereits in der nachfolgenden Saison wurde dieser Rekord fast verdoppelt. Dem amerikanischen Verein New York Cosmos waren die Dienste von Franz Beckenbauer, bis dahin beim FC Bayern München unter Vertrag, fast 1,8 Millionen D-Mark wert.³²

Während sich die Ablösesummen in Deutschland sehr langsam und allmählich steigerten, gab es im internationalen Vergleich schon Mitte der 1980er Jahre die ersten Ablösesummen, die auch heute noch für leistungsstarke Spieler gezahlt werden. 1982/1983 wechselte der argentinische Superstar Diego Maradona zunächst aus seiner argentinischen Heimat für 15,6 Millionen D-Mark nach Spanien zum FC Barcelona. Dort spielte er jedoch nur zwei Spielzeiten und wechselte anschließend für 25,4 Millionen D-Mark

³⁰ Werner, 1968: o.S.

³¹ Vgl. o.V., 1965: S. 63

³² Vgl. Anhang 3

zum SSC Neapel. Zum Vergleich: Von einem deutschen Verein wurde eine vergleichbare Summe zum ersten Mal in der Saison 2000/2001 für einen Spieler gezahlt. Der Tscheche Tomás Rosický wechselte vom tschechischen Rekordmeister AC Sparta Prag für 28,4 Millionen Mark zu Borussia Dortmund.

Den aktuellen Ablöserekord teilen sich Cristiano Ronaldo und Gareth Bale. Beide wechselten für jeweils 94 Millionen Euro zu Real Madrid. Wobei die Ablösesumme für Gareth Bale nie offiziell bestätigt wurde. Teilweise wurde auch über eine Transfersumme von 100 Millionen spekuliert.³³

Im Vergleich zur Premiersaison der deutschen Bundesliga im Jahr 1963 haben sich die Ablösesummen in Deutschland um 53.333,33 % gesteigert. International hingegen „nur“ um 37.600 %.³⁴

Generell ist der Transfermarkt ein sehr intransparenter Markt. Die Informationen der darin agierenden Akteure differieren sehr stark, so dass eine angemessene Preisfindung kaum oder gar nicht möglich ist. So kann eine generelle Berechnung des Marktwertes von Spielern nur sehr schwer erfolgen, da bei der Bewertung der Leistung viele subjektive Faktoren, z.B. ob der Spieler seine Fähigkeiten im Zusammenspiel mit den aktuellen Spielern einbringen kann, mit einfließen.³⁵

3.1.2 Einflussfaktoren auf die Marktwertentwicklung

Versucht man die Faktoren zu ergründen, die für die Erhöhung bzw. Minderung des Marktwertes verantwortlich sind, muss zunächst einmal untersucht werden, aus welchen Komponenten sich dieser berechnen lässt. Gibt es überhaupt eine Formel nach der man für jeden Spieler einen Marktwert berechnen kann?

Diese Frage ist unmittelbar zu verneinen. Der Marktwert eines Fußballers kann nicht ausschließlich durch Berechnungen bestimmt werden. Vielmehr gibt es demnach auch nicht den „einen richtigen Marktwert“ für Fußballer. Die einzige Plattform, die Marktwerte für Profifußballer festlegt, ist Transfermarkt.de. Der Gründer des Internetportals, Matthias Seidel, wollte sich von dem Notenmodell für Profifußballer nach einem jeden Spiel entfernen und sich zudem davon lösen, lediglich die Ablösesummen als Richtwert für die Leistung von Profifußballern zu berücksichtigen. Somit führte er ab 2002 für

³³ Vgl. Anhang 3

³⁴ Vgl. Anhang 3

³⁵ Vgl. Heidtke, 2013: S. 94 f.

jeden einzelnen Spieler eine Marktwertanalyse durch. Doch wie wird dieser Marktwert berechnet bzw. bestimmt?

Das Unternehmen Batten & Company definiert den Marktwert eines Spielers als das Zusammenspiel aus dem Substanzwert und dem Zukunftspotenzial eines Fußballspielers. Der Substanzwert basiert dabei auf einer Leistungsanalyse, in der zum einen die Form und Leistung berücksichtigt wird, auf der anderen Seite aber auch die Erfahrung eines Spielers. Der Marktwert beschreibt also den Wert eines Spielers allein aus sportlichen Gesichtspunkten.³⁶

Seidel hingegen beschreibt die Marktwertanalyse als einen laufenden Prozess, da sich der Marktwert jederzeit ändern kann. Die registrierten Nutzer der Transfermarkt-Plattform können in Foren ihre Vorstellungen von Marktwerten eingeben. Nebenbei gibt es noch ein „Experten-Forum“, in dem die Nutzer ihren vorgeschlagenen Marktwert begründen und somit eine Diskussion entfachen. Dies wird durch Mitarbeiter von Transfermarkt.de beaufsichtigt. Anschließend wird dann der Marktwert ermittelt. Dabei gibt es Auflagen, die die Nutzer erfüllen müssen, um an der Marktwertbestimmung teilnehmen zu können.

Berücksichtigt werden unterdessen die sportlichen Leistungen, die Position des Spielers, das Alter oder auch das Ansehen des Vereins des Spielers. Hinzu kommen Nationalität, Talent, sportliche Perspektive und ob der Spieler in der Nationalmannschaft spielt. Den größten Einfluss dabei hat unwiderruflich das Alter. Ein Spieler, der 34 Jahre alt ist, kann 30 Tore pro Saison schießen und wird trotzdem nicht annähernd den Marktwert eines 20-jährigen Spielers erreichen, der ebenfalls 30 Tore pro Saison schießt.

Ein solcher Vergleich kann zwischen den beiden italienischen Nationalspielern Andrea Pirlo und Claudio Marchisio gezogen werden. Beide spielen bei demselben Verein, auf derselben Position und haben in etwa die gleiche Anzahl an Spielen in der abgelaufenen Saison absolviert. Dennoch unterscheiden sie sich in ihrem Alter. Pirlo ist 35 Jahre alt, Marchisio ganze sieben Jahre jünger. Dies schlägt sich dann auch auf den Marktwert nieder. Pirlo ist laut Transfermarkt.de fünf Millionen Euro Wert, Marchisio hingegen ganze 25 Millionen Euro.³⁷

³⁶ Vgl. Batten & Company, 2012: S. 15

³⁷ Vgl. Anhänge 5 und 6

Zusammenfassend kann man sagen, dass sich der Marktwert sowohl aus klaren numerischen Werten, wie Alter und geschossenen Toren, aber auch aus weichen Kriterien wie Image, Prestige des Vereins oder Talent zusammensetzt.

3.1.3 Folgen der Marktwertentwicklung

Ein unmittelbarer Zusammenhang besteht zwischen Marktwert und Nachfrage eines Spielers. Je höher der Marktwert, desto mehr Vereine würden den Spieler gerne verpflichten. Damit einher geht ein zweiter Zusammenhang. Je mehr Vereine um den Spieler buhlen, desto teurer wird der Spieler. Selbst wenn der Spieler ablösefrei wäre, müssten die Vereine ein hohes Jahresgehalt bieten, um den Spieler von einem Wechsel zu sich zu überzeugen. Dadurch wird die Zahl der Vereine, die den Spieler verpflichten können, enorm reduziert, da viele Vereine mit der Finanzkraft einiger anderer nicht mithalten können. Somit kann man konstatieren, dass ein direkter Zusammenhang zwischen dem Marktwert und der Anzahl der Vereine, die den Spieler verpflichten wollen, besteht.

Diese Folgen haben auch Einfluss auf die sportliche Karriere eines jeden Spielers. Wird ein Spieler überschätzt, da er vielleicht eine gute Saison gespielt hat und dementsprechend für viele Millionen den Verein wechselt, steht er enorm unter Druck. Er muss bei seinem neuen Verein die Leistung erneut bestätigen, wenn nicht sogar verbessern. Viele Spieler halten diesem Druck nicht Stand und scheitern in dem neuen Verein, fühlen sich nicht wohl. Aber auch Spieler, die über einen längeren Zeitraum gute Leistungen bei einem Verein zeigen, sind von diesem Fall nicht ausgeschlossen. Betrachtet man den ukrainischen Superstar Andriy Shevchenko, so liefert er ein solches Beispiel. Dieser wechselte im Jahr 1999 von Dynamo Kiew für umgerechnet 23 Millionen Euro zum AC Mailand. Dort erzielte er in 290 Spielen 170 Tore, was einem Schnitt von 0,58 Toren pro Spiel entspricht. 2006 schloss er sich für 46 Millionen Euro dem FC Chelsea an. In London konnte er jedoch nicht Fuß fassen. In 77 Auftritten für den englischen Klub gelangen ihm lediglich 22 Tore. Gemessen an den Toren, war er mit einem Schnitt von 0,28 Toren pro Spiel nicht einmal halb so effektiv, wie noch bei seinem vorherigen Klub.

Seinen höchsten Marktwert hatte Shevchenko ebenfalls beim AC Mailand. Dieser betrug im Jahr 2006 „satte“ 65 Millionen Euro. Deswegen wurde dann der FC Chelsea auf ihn aufmerksam und verpflichtete ihn. Zu dem Zeitpunkt war Shevchenko allerdings auch „schon“ 29 Jahre alt. Sein Marktwert sank in England innerhalb von nur zwei Jahren auf 17,5 % seines Rekordmarktwertes und somit auf nur noch 16 Millionen Euro.

Infolgedessen wurde der Stürmer für ein Jahr an seinen ehemaligen Verein ausgeliehen, was aber auch nicht von Erfolg gekrönt war. In der Saison 2008/2009 traf er lediglich 2 Mal in 26 Spielen.

Anschließend wechselte er zurück in seine Heimat zu seinem Stammverein Dynamo Kiew, wo er auch drei Jahre später seine Karriere beendete.³⁸

Weiterhin kann die Marktwertentwicklung eines Spieler auch Auswirkungen auf seinen Verein haben. „Erspielt“ sich ein Spieler eines Vereins einen hohen Marktwert und wird für eine hohe Ablöse verkauft, kann der Verein in neue Spieler investieren. Denn Transfers und Änderungen am Spielerkader eines Vereins stehen im Mittelpunkt, wenn es darum geht, die sportlichen Ziele zu erreichen bzw. sich diesen anzunähern.³⁹

So belegten die Vereine, die die höchsten Transferaufwendungen hatten, in der Saison 2001/2002 die Tabellenplätze eins bis sechs. Im Vergleich dazu hat sich zur Saison 2013/2014 nicht viel verändert.

Platz	Verein	Ausgaben in Mio. €	Tabellenplatz 2013/2014	Unterschied zum Tabellenplatz
1	FC Bayern München	62,2	1	0
2	Borussia Dortmund	52,2	2	0
3	VfL Wolfsburg	48,6	5	-2
4	FC Schalke 04	25,55	3	1
5	Bayer 04 Leverkusen	22,35	4	-1
6	FSV Mainz 05	14,05	7	-1
7	TSG 1899 Hoffenheim	10,5	9	-2
8	Hannover 96	10,35	10	-2
9	SV Werder Bremen	10,25	12	-3
10	Borussia M'Gladbach	7,7	6	4
11	Eintracht Frankfurt	7,28	13	-2
12	SC Freiburg	7,13	14	-2
13	VfB Stuttgart	6,68	15	-2
14	1. FC Nürnberg	6,2	17	-3
15	FC Augsburg	2,55	8	7
15	Hamburger SV	2,55	16	1
17	Eintracht Braunschweig	1,65	18	-1
18	Hertha BSC Berlin	1,3	11	7

Tabelle 1: Unterschied von Investitionen zu Tabellenplatz 2013/2014

³⁸ Vgl. Transfermarkt.de, 2014: o.S.

³⁹ Vgl. von Freyberg, 2005: S. 158

Die fünf Teams, die die größten Investitionen in ihren Spielerkader tätigten, belegten am Ende auch die ersten fünf Tabellenplätze. Auffällig ist jedoch, dass nur insgesamt fünf Teams im Vergleich zum Ausgabenranking am Ende auch einen besseren Tabellenplatz belegten. Am erfolgreichsten waren in dieser Hinsicht der FC Augsburg und Hertha BSC Berlin mit ihren Ausgaben. Beide Teams belegten im Investitionsranking einen der letzten drei Plätze, Berlin sogar den letzten Rang. In der Abschlusstabelle waren beide Klubs jeweils sieben Plätze besser und haben somit am effektivsten investiert.

Die beiden Erstplatzierten FC Bayern München und Borussia Dortmund haben mit ihren Spielerinvestitionen gute Erfolge erzielen können und belegten auch am Ende der Spielzeit die ersten beiden Plätze.

Größte Verlierer waren Werder Bremen und der 1. FC Nürnberg. Beide waren am Ende drei Plätze schlechter als im Ausgabenranking. Man kann also annehmen, dass beide Vereine tendenziell falsch eingekauft haben, denn der gewünschte Erfolg blieb aus. Der 1. FC Nürnberg musste am Ende sogar in die 2. Bundesliga absteigen.

In der Vergangenheit gab es aber auch weitaus signifikantere Auswirkungen der Marktwertentwicklung und der damit verbundenen Preissteigerung im Profifußball.

Zu Beginn der 1970er Jahre stiegen die Ablösesummen enorm an, sodass einige Vereine in Missstand gerieten. Zwar beliefen sich diese Ablösesummen für Fußballer „nur“ im unteren sechsstelligen D-Mark-Bereich, doch damals waren das immense Summen. Die Vereine übernahmen sich und gaben mehr Geld aus, als sie beispielsweise durch Eintrittsgelder wieder einnahmen. So betrug der Schuldenberg der 18 Bundesligamannschaften Anfang März 1971 bereits über zwölf Millionen D-Mark (circa 666.000 D-Mark pro Verein). Hinzu kam auch noch ein Rückgang der Zuschauerzahlen um circa 30 % in den Stadien, was die Situation noch prekärer machte. Hierdurch fehlten in den Kassen der Vereine etwa vier Millionen D-Mark. Infolgedessen erwogen sogar einige Bundesligaklubs die freiwillige Lizenzrückgabe und den damit verbundenen Abstieg in die Regionalliga. Der Hintergrund war, dass die Vereine dann ihre „Stars“ an Bundesligamannschaften für hohe Ablösesummen verkaufen könnten, um somit die Schulden abzubauen.⁴⁰

⁴⁰ Vgl. o.V., 1971: S. 49

3.2 Emotionale Bindung des Spielers zum Verein

Ist ein Spieler emotional an einen Verein gebunden, kann dieser schnell bei den Fans an Ansehen gewinnen. Die sogenannten „Publikumsliebhaber“ stehen im Ranking der Fans vor den anderen und bekommen mehr Applaus als ihre Mitspieler. Auch Entscheidungen der Führungsetage gegen den Spieler werden viel höher bewertet und mit entsprechenden Aktionen quittiert.

Der Brasilianer Leonardo de Deus Santos, kurz Dedê, wurde beispielsweise durch seinen unnachahmlichen Einsatz bei den Dortmund-Fans zur Legende. Er trug die Rückennummer 17 und spielte von 1998 bis 2011 bei Borussia Dortmund. In der folgenden Saison wurde die Rückennummer 17 nicht vergeben. 2012 sollte der Neuzugang Oliver Kirch die Rückennummer übernehmen. Dies stieß bei den Fans in verschiedensten Foren auf Protest und dieser zeigte Erfolg. Die Verantwortlichen des BVB reagierten darauf und Oliver Kirch läuft seitdem mit der Rückennummer 21 auf.

Zu Beginn der abgelaufenen Spielzeit kam es erneut zum Unmut der Fans. Der Gabuner Pierre-Emerick Aubameyang sollte Dedês Nummer bekommen. Wieder hagelte es Kritik von der Fanseite. Dieses Mal jedoch ohne Erfolg.

Dieses Beispiel zeigt, dass sich Spieler, die sich zu einem Verein hingezogen fühlen, auch nach der aktiven Zeit bei einem Verein in Erinnerung bleiben können und auch weiterhin von den Fans unterstützt werden.

Die emotionale Bindung eines Spielers zu einem Verein steht auch in Zusammenhang mit der Vereinstreue. Denn ein Spieler der eine emotionale Bindung zu einem Verein hat, der bleibt auch gerne und möglichst lange bei diesem Verein. Fühlt sich ein Spieler bei einem Verein besonders wohl, kann er sich auch am besten weiterentwickeln.

Es gibt genügend Beispiele, dass junge Spieler, die sehr gute Leistungen bei ihrem Stammverein gezeigt haben und anschließend zu einem größeren Klub wechselten, dort die Erwartungen nicht erfüllen konnten. Allein deswegen hat eine emotionale Bindung zum Verein eine sehr große Bedeutung.

Einige Beispiele dafür liefert der FC Bayern München. Es gab eine Periode in der der Verein einige der besten Spieler von den übrigen Bundesligisten kaufte, diese aber anschließend kaum eine Rolle beim Rekordmeister spielten und den Verein nach der ersten oder zweiten Saison schon wieder verließen.

Die besten Beispiele aus den letzten zehn Jahren sind dafür Tobias Rau (13 Spiele in zwei Jahren), Vahid Hashemian (9 Spiele in einem Jahr), Jan Schlaudraff (8 Spiele in einem Jahr), Marcell Jansen (17 Spiele in einem Jahr), Alexander Baumjohann (3

Spiele in einem Jahr) und zuletzt Jan Kirchhoff (7 Spiele in einem Jahr). Alle diese Spieler waren zuvor Leistungsträger und Stammspieler in ihren Vereinen. Böse Zungen behaupten sogar, dass der FC Bayern München mit diesen Einkäufen nur die Konkurrenz schwächen wollte.⁴¹

Ausnahmslos alle dieser Spieler haben während ihrer Zeit beim Rekordmeister an Marktwert verloren. Da diese Spieler mit dem Verein anscheinend nichts positives verbinden können, verlassen sie ihn nach kürzester Zeit wieder.

Somit ist eine emotionale Bindung zum Verein ein wichtiger Aspekt in der Entwicklung eines Spielers. Ist der Spieler im Verein anerkannt, mögen ihn die Fans und fühlt er sich wohl im Verein, dann bringt er auch seine Leistung. Denn im persönlichen vertrauten Umfeld entwickelt sich ein Spieler am besten.⁴²

3.3 Sportliche Perspektiven

Die sportliche Perspektive eines Vereins ist für einige Spieler der entscheidende Grund den Verein zu wechseln. Liefert ein Spieler eine oder mehrere Spielzeiten gute bis sehr gute Leistungen ab, wird er von größeren und erfolgreicherer Vereinen umworben. Nun ist abzuwägen, ob der Spieler den nächsten Schritt wagen will und wie die sportlichen Perspektiven aussehen. Nach den guten Leistungen sollte ein Spieler schon ambitioniert sein, den nächsten Schritt in seiner Entwicklung zu gehen und sich einer neuen Herausforderung zu stellen.

Hierbei sollte sich der Spieler viele Fragen stellen und gegenüberstellen wie die Vor- und Nachteile des ehemaligen und des potenziellen neuen Vereins lauten. Einige dieser Fragen könnten sein: In welcher Liga spielen die Vereine? Welchen Tabellenplatz streben die Vereine an? Wie groß ist die Chance Stammspieler zu werden? Passt das Umfeld zum Spieler? Ist der Kader ausreichend, um die persönlichen Ziele zu erreichen?

Ein Beispiel hierfür ist der Stürmer Fabian Klos von Arminia Bielefeld. Klos erzielte in der abgelaufenen Saison 2013/2014 neun Tore in 29 Spielen für den späteren Absteiger in die 3. Bundesliga. In der vorherigen Saison steuerte er mit 20 Toren in 33 Ligaspielen maßgeblich zum Aufstieg der Westfalen in die 2. Bundesliga bei. Aufgrund

⁴¹ Vgl. Transfermarkt.de, 2014: o.S.

⁴² Vgl. Kern, 2005: S. 14 f.

seiner guten Leistungen sind nun mehrere Zweitligavereine auf ihn aufmerksam geworden. Klos hat bei Arminia Bielefeld einen Vertrag bis 2016 und sei *„nicht der Typ, der sofort losrennt und sich einen neuen Verein sucht, nur um weiter in der 2. Liga zu spielen.“*⁴³ Er betont weiterhin, dass die sportliche Perspektive in Bielefeld gegeben sein müsse. Dies sei der Fall, wenn Bielefeld einen Kader zusammenstellt, der den sofortigen Wiederaufstieg in die 2. Bundesliga schaffen kann. Falls er wechsle, dann nur zu einem Verein, der nicht gegen den Abstieg spielt.⁴⁴

Bei diesem Beispiel merkt man, dass eine sportliche Perspektive auch bei einem Verein gegeben sein kann, der in einer niedrigeren Liga spielt als andere interessierte Vereine.

Der Verein mit der aktuell besten sportlichen Perspektive wird sicherlich die Mannschaft von RasenBallSport Leipzig sein.⁴⁵ Der Verein des Energydrink-Herstellers Red Bull ist eines von vielen fußballerischen Projekten des Unternehmens. Neben dem Leipziger Fußballverein gibt es noch Vereine in Salzburg, New York, Sao Paulo und Sogakope in Ghana. Allerdings liegt das Hauptaugenmerk auf Salzburg, Leipzig und New York. Derzeit steht RB Leipzig im Fokus, da der Verein innerhalb von sechs Jahren von der NOFV-Oberliga Süd in die 2. Bundesliga aufgestiegen ist.⁴⁶ Das Ziel für die kommende Saison ist mit dem Aufstieg in die 1. Bundesliga ebenfalls klar definiert. Bereits im Jahr 2009 war das Ziel, acht Jahre später in der Bundesliga angekommen zu sein.⁴⁷



Abbildung 4: Logo RB Leipzig seit 2014⁴⁸

⁴³ Bauer, 2014: o.S.

⁴⁴ Vgl. Bauer, 2014: o.S.

⁴⁵ Der DFB verbietet den Namen eines Sponsors im Vereinsnamen zu tragen, deswegen heißt der Verein RasenBallSport Leipzig e.V. – kurz: RB Leipzig

⁴⁶ Vgl. Transfermarkt.de, 2014: o.S.

⁴⁷ Vgl. Spannagel, 2014: o.S.

Das Energydrink-Unternehmen soll angeblich insgesamt über 100 Millionen Euro in das Leipziger Fußballprojekt investieren, um diese sportliche Perspektive gewissermaßen zu erzwingen. Die Tatsache, dass ein solch großes Unternehmen hinter dem Verein steckt, lockt natürlich auch Spieler an, weil sie dort sicherlich mehr Geld verdienen können als bei anderen Vereinen in derselben Spielklasse. Durch denselben Sponsor besteht natürlich auch eine Kooperation mit anderen Red Bull-Vereinen. Diese wird gerade jetzt deutlich, da einige Spieler zwischen RB Leipzig und Red Bull Salzburg transferiert werden.⁴⁹

Einen Kontrast dazu bietet laut Aaron Hunt, seinerseits bis zur Saison 2013/2014 Spieler beim SV Werder Bremen, sein ehemaliger Verein. Ihm fehle in der Hansestadt die sportliche Perspektive, was seinen Wechsel zum VfL Wolfsburg zur Folge hatte. Sein Anspruch divergiert mit dem des Vereins. Werder Bremen spiele seit drei Jahren gegen den Abstieg und befinde sich seitdem in einem Umbruch, so Hunt. Sein persönliches Ziel sei es, mit einem Verein im internationalen Wettbewerb zu spielen. Dies ist beim VfL Wolfsburg gegeben. Der Verein belegte in der abgelaufenen Saison den fünften Tabellenplatz und spielt somit in der nächsten Saison in der Europa League.⁵⁰

Die sportliche Perspektive kann folglich von der Finanzstärke des Vereins abhängen. Ein weiterer Faktor ist die gegenwärtige Stärke des Kaders. Ist der Kader ausreichend bestückt, ist es für einen Spieler schwer, sich durchzusetzen und sich einen Stammplatz zu sichern. Weiterhin ist die sportliche Zielsetzung eines Vereins ein maßgebender Faktor für einen möglichen Spielerwechsel.

3.4 Vorbildfunktion/Image der Spieler

Beim Image von Profifußballern kann der Spieler mit einer Marke gleichgesetzt werden. Denn Spieler und Marken, bzw. Produkte, werden gleichermaßen vermarktet. Teilweise werden diese, Spieler und Produkte, auch miteinander verknüpft. Dabei wird das Ziel verfolgt, dass das Image des Spielers auf das Produkt übertragen wird.⁵¹ Dieser Imagetransfer geschieht meistens durch Testimonialwerbung.

Dadurch, dass sich Produkte in der Qualität immer weiter angleichen, und die Märkte immer weiter gesättigt sind, gewinnt das Image einer Marke immer mehr an Bedeu-

⁴⁸ RB Leipzig, 2014: o.S.

⁴⁹ Vgl. Transfermarkt.de, 2014: o.S.

⁵⁰ Vgl. Transfermarkt.de, 2014: o.S.

⁵¹ Vgl. Huber; Meyer, 2008: S. 41

tung. Dies kann nahezu eins zu eins auf die Profifußballer übertragen werden. Das heißt, dass auch für Fußballspieler das Image immer wichtiger wird, um sich von den anderen Spielern abzugrenzen.⁵²

Doch wie entsteht das Image eines Fußballspielers? Welche Faktoren bestimmen, ob das Image positiv oder negativ wird?

Grundlage dafür, dass überhaupt ein Image entstehen kann, ist, dass der Spieler bekannt ist.⁵³ Das dürfte bei Spielern der ersten und zweiten Bundesliga der Fall sein. Allerdings werden Zweitligaspieler nur bei Menschen bekannt sein, die sich intensiv mit Fußball auseinandersetzen und auch Spiele dieser Spielklasse verfolgen. Eine weitaus größere Bekanntheit haben Spieler, die Teil der Nationalmannschaften sind. Allerdings wird in Deutschland ein deutscher Nationalspieler bekannter sein, als ein Nationalspieler beispielsweise von den Färöer Inseln. Auf Grund dessen lässt sich die Bekanntheit eines Menschen, in diesem Fall Fußballspieler, in eine Rangordnung unterteilen.

Ganz unten in der Rangfolge steht die regionale Bekanntheit. Diese kommt in Bezug auf Fußball hauptsächlich im Amateursport vor. Spieler können von der untersten Spielklasse des jeweiligen Landesverbandes bis hin zur Regionalliga regional bekannt sein. Die Bekanntheit des Spielers erstreckt sich dabei eher über einen Landkreis oder einen Bezirk. In Ausnahmen sind Spieler auch über Bundesländer hinweg bekannt.

Spielt ein Spieler in der Bundesliga, geht seine Bekanntheit über die regionale Ebene hinaus und erstreckt sich über das ganze Land. Ist er aber eher Ergänzungsspieler und kommt in seiner Mannschaft nicht sehr oft zum Einsatz, ist die Bekanntheit auch wieder relativ zu betrachten. In diesem Fall ist er hauptsächlich den fußballinteressierten Menschen ein Begriff, als denen, die sich nicht so intensiv damit beschäftigen.

Spielt der Spieler einige Spiele in der Nationalmannschaft, und zeigt dort ansprechende Leistungen, entwickelt sich aus der nationalen eine internationale Bekanntheit. Alle diese Übergänge zu der jeweils höheren Rangordnung sind fließend. Das heißt, dass sich der höhere Bekanntheitsgrad langsam entwickelt und exponentiell ansteigt. Zunächst steigt die Bekanntheit langsam, dann immer stärker.

Damit ein Spieler ein positives Image aufbauen kann, muss er ebenso das Vertrauen der Menschen gewinnen. Um das Vertrauen anderer Menschen zu gewinnen, müssen

⁵² Vgl. Huber; Meyer, 2008: S. 22

⁵³ Vgl. Huber; Meyer, 2008: S. 70

folgende Komponenten erfüllt werden: Wohlwollen, Integrität, Glaubwürdigkeit und Kompetenz. Bei Fußballern wird die Kompetenz maßgeblich durch ihre sportliche Leistungen beeinflusst. Diese sportliche Leistung wiederum ist die Voraussetzung dafür, dass sie überhaupt in den Medien erwähnt werden.⁵⁴

Ist ein Fußballer in den Medien präsent, wird er zwangsläufig durch andere Individuen bewertet. Diese Beurteilung erfolgt insbesondere durch die physische Attraktivität. Handelt es sich um einen attraktiven Fußballspieler, werden automatisch positive Eigenschaften mit diesem assoziiert. Dieses Phänomen ist auch als Halo-Effekt bekannt.⁵⁵

In diesem Fall ist auch das Image des Spielers pauschal als positiv anzunehmen. Weiterhin ist für das Image die Vereinszugehörigkeit ausschlaggebend. So haben etwa Fußballspieler von FC Schalke 04 bei Fußballfans von Borussia Dortmund generell ein schlechtes Image, da sie beim Erzrivalen spielen.

Zusätzlich ist das Verhalten der Fußballprofis außerhalb des Fußballplatzes ein wichtiger Einflussfaktor auf die Bewertung des Spielers. Hierbei hat auch der Berater dafür Sorge zu tragen, dass sich sein Klient professionell nach außen darstellt und sich somit ein gutes Image erarbeitet.⁵⁶

So hatte der englische Fußballprofi Kevin Keegan nach seinem Wechsel von Liverpool zum Hamburger SV schon viel für ein positives Image getan. Auf der einen Seite gab er im Vergleich zu seinen Kollegen viel mehr Autogramme. Auf der anderen Seite erwarb er auch in der Damenwelt hohe Sympathien, z.B. als er auf dem Weg zu seiner Vertragsunterschrift in der Hamburger Geschäftsstelle alle Damen mit einem Handkuss begrüßte.⁵⁷

⁵⁴ Vgl. Huber; Meyer, 2008: S. 70

⁵⁵ Vgl. Huber; Meyer, 2008: S. 79

⁵⁶ Vgl. Kern, 2005: S. 20 f.

⁵⁷ Vgl. o.V., 1978: S. 201



Abbildung 5: Kevin Keegan im Trikot des Hamburger SV 1979⁵⁸

Gerade bei Profifußballern, die fast täglich in der Öffentlichkeit erscheinen, ist das Image signifikant. Dadurch, dass viele Kinder Fußball spielen (1.875.571 registrierte Mitglieder bis 18 Jahre zählt der DFB im Jahr 2014), haben zahlreiche Jugendliche den Traum Profifußballer zu werden. Daher schauen sie sich die Profis in den höchsten Spielklassen in Deutschland genauer an und adaptieren deren Verhalten. Demzufolge haben die Profis für die Jugendlichen eine Vorbildfunktion und tragen somit auch eine gewisse Verantwortung in ihrem Handeln. Die Spieler müssen sich dieser Verantwortung bewusst sein und die Folgen ihres Verhaltens abschätzen können.

⁵⁸ Football Geeza, 2014: o.S.

4 Interessen der beteiligten Parteien

Um das Ziel dieser Arbeit zu erreichen und die Interessenkonflikte der beteiligten Parteien bei der Vermarktung von Profifußballern zu ermitteln, müssen zunächst einmal die Interessen der jeweiligen Parteien aufgezeigt werden. In diesem Kapitel geht es darum, die Interessen von den Verbänden, FIFA und DFB und anschließend auch die der Spieler, Vereine und natürlich der Berater herauszustellen.

4.1 Interessen der Verbände

Unter Interessen der Verbände verstehen sich in dieser Arbeit die Interessen des Weltfußballverbandes FIFA und die des DFB. Die UEFA wird nicht extra aufgeführt, da sich die Interessen der UEFA im Vergleich zur FIFA sehr ähneln.

4.1.1 FIFA

In den Statuten der FIFA findet man als aller erstes den Zweck und die Ziele der FIFA. Darunter fällt unter anderem die stetige Verbesserung und Verbreitung des Fußballs. Dabei soll der „völkerverbindende, erzieherische, kulturelle und humanitäre Stellenwert des Fußballs berücksichtigt werden“. Dies soll vor allem durch Förderung und Entwicklung des Jugendfußballs geschehen. Des Weiteren stehen die Organisation von FIFA-Wettbewerben (z.B. Fußball-Weltmeisterschaft), das Beschließen und die Sicherstellung der Einhaltung von Regeln, Integration, Ethik und Fairplay im Vordergrund der Interessen des Weltverbandes. Außerdem soll gegen Korruption, Doping und Spielmanipulation vorgegangen werden.



Abbildung 6: Logo FIFA⁵⁹

⁵⁹ FIFA, 2014: o.S.

In den Statuten ist unter anderem festgelegt, dass sich alle Mitglieder an diese Statuten zu halten haben, andernfalls müssen die Mitglieder mit Sanktionen rechnen. Dass dies nicht passiert, ist ebenfalls geregelt. Dazu ergreift die FIFA gegebenenfalls alle nötigen Maßnahmen, die erforderlich sind, damit es zu keiner Verletzung der Statuten, Reglements oder Entscheide sowie der Spielregeln kommen kann.⁶⁰

In Bezug auf die Spielervermittler sieht sich die FIFA in der Rolle einer Berufskammer.⁶¹ In diesem Fall ist die Spielerstatut-Kommission der FIFA das zuständige Überwachungs- und Entscheidungsorgan, das zu beaufsichtigen hat, dass die Spielervermittler ihre Tätigkeiten in Einklang mit dem Kodex der Berufsethik ausüben.⁶² Ziel dabei ist der Schutz der Spieler sowie der Vereine vor unseriösen Spielervermittlern.⁶³ Außerdem sollte durch die Einführung des Spielervermittlerreglements die Tätigkeiten der vermehrt auftretenden professionellen Spielervermittler reguliert werden.⁶⁴

Die FIFA sichert sich in diesem Fall so ab, dass lizenzierte Spielervermittler den Berufsethikkodex zu unterschreiben haben. Damit verpflichten sich die Spielervermittler stets nach den Statuten der FIFA, der Wahrheit entsprechend, sowie respektvoll den Rechten der Verhandlungspartner gegenüber zu handeln.⁶⁵

Weiterhin ist festgelegt, dass jeder Nationalverband, der Mitglied der FIFA ist, ein dementsprechendes Überwachungs- und Entscheidungsorgan zu stellen habe, welches dieselbe Funktion innehat, wie das der FIFA.⁶⁶

Um die Ziele zu verfolgen, ist die Zusammenarbeit von Spielern oder Vereinen mit nicht lizenzierten Spielervermittlern untersagt. Andernfalls ist die FIFA bzw. der zuständige Nationalverband berechtigt, Sanktionen zu verhängen. Diese sind für jede Gruppe gesondert festgelegt. Spieler werden mit anderen Sanktionen bestraft als Vereine oder gar Verbände. Verstößt ein Spieler in irgendeiner Form gegen das Spielervermittlerreglement, z.B. durch die Beauftragung eines nicht lizenzierten Spielervermittlers, so muss er mit verschiedenen Strafen rechnen. Diese reichen von einer Ermahnung, über eine Geldstrafe (mindestens 5.000 CHF) oder einer Spielsper-

⁶⁰ Vgl. FIFA, 2013: Artikel 2

⁶¹ Eine typische Aufgabe von Berufskammern ist die Einhaltung von berufsethischen Standards zu gewährleisten

⁶² Vgl. Jungheim, 2005: S. 83 f.

⁶³ Vgl. Jungheim, 2005: S. 98

⁶⁴ Vgl. Heidtke, 2013: S. 72

⁶⁵ Vgl. FIFA, 2007: Anhang 1

⁶⁶ Vgl. Jungheim, 2005: S. 84

re, bis hin zu einem „Verbot jeglicher in Zusammenhang mit dem Fußball stehenden Tätigkeit“.⁶⁷

Vereine sind ohne Zweifel anders zu behandeln. Handeln diese nicht im Sinne des Reglements, so können zwar ebenfalls eine Ermahnung und eine Geldstrafe (mindestens 10.000 CHF) ausgesprochen werden. Im Gegensatz zu den Sanktionen gegen Spieler, können gegen Vereine aber auch Transfersperren verhängt werden. Außerdem kann die FIFA auf Punkteabzug im Wettbewerbsbetrieb oder sogar auf einen Zwangsabstieg in eine tiefere Spielklasse zurückgreifen.⁶⁸

Gegen Verbände kann neben der Ermahnung und einer Geldstrafe (mindestens 30.000 CHF) ein Wettbewerbsausschluss veranlasst werden.⁶⁹

4.1.2 DFB

Zu den Hauptaufgaben des DFB gehört zu aller erst einmal einen geregelten Spielbetrieb im deutschen Profi- und Amateurfußball zu gewährleisten. Ähnlich wie die FIFA will auch der DFB den Fußballsport, insbesondere den Jugendfußball fördern und weiterentwickeln. Nach außen soll der deutsche Fußball würdevoll vertreten werden und das gemeinsame Wohl organisiert werden. Ebenso soll dafür gesorgt werden, dass die international geltenden Fußballregeln eingehalten und befolgt werden. Gleichmaßen soll den durch die FIFA festgelegten Regelungen und Statuten nachgekommen werden. Da der DFB ebenfalls Mitglied der UEFA ist, verpflichtet sich der Verband, die Bestimmungen des europäischen Fußballverbands einzuhalten und zu bewahren. Da die UEFA der FIFA unterworfen ist, stehen auch die Regelungen der FIFA über denen der UEFA.⁷⁰

⁶⁷ Vgl. FIFA, 2007: Artikel 34

⁶⁸ Vgl. FIFA, 2007: Artikel 35

⁶⁹ Vgl. FIFA, 2007: Artikel 36

⁷⁰ Vgl. DFB, 2013: § 4



Abbildung 7: Logo DFB⁷¹

Bezugnehmend auf die Spielervermittler verfolgte der DFB Mitte der 1960er Jahre das Ziel, den Markt für Spielertransfers und Spielervermittler möglichst transparent darzustellen und einen fairen Wettbewerb zu garantieren. Hierzu führte der DFB 1966 die Paritätische Fußballspieler-Vermittlungsstelle ein. Dadurch wurde die private Arbeitsvermittlung illegal und juristisch verfolgbar. Das Ergebnis dieser Einführung war, dass zunächst einige Spielervermittler ins Ausland auswichen. Aber auch die Vermittlungsstelle wurde nicht unbedingt ernst genommen, sodass zunächst nur ungefähr 20 von 350 Transfers tatsächlich über diese Instanz abliefen. Folglich verschärfte der DFB den Druck auf die Vermittler. Dieser zeichnete sich dadurch aus, dass die Vereine erst mit Ablauf des Vertrages Zahlungen an den Vermittler tätigen durften. Dieses Vorgehen zeigte schließlich Erfolg, denn bereits in der Saison 1968/1969 wurden fast 500 Transfers über die Stelle abgewickelt.⁷²

4.2 Interessen der Spieler

Generell ist anzunehmen, dass die oberste Priorität eines jeden Spielers sein sollte, gute Leistungen abzuliefern und somit das Maximum an Leistungsfähigkeit aus sich herauszuholen. Mit diesen Leistungen würde er sich automatisch für höhere Aufgaben, beispielsweise für die Nationalmannschaft, empfehlen. Selbstverständlich ist es das Ziel eines jeden Fußballers mit seinem Verein Titel zu gewinnen und weitestgehend von schwerwiegenden Verletzungen verschont zu bleiben.

⁷¹ DFB, 2014: o.S.

⁷² Vgl. Heidtke, 2013: S. 48 f.

Seit 1987 gibt es eine Instanz, die dafür sorgt, dass die Interessen der Fußballprofis durchgesetzt werden. Die vom DFB und der DFL offiziell anerkannte Vereinigung der Vertragsfußballspieler (VDV) unterstützt die Mitglieder in nahezu allen Belangen. Ein Augenmerk liegt dabei auf der Betreuung von arbeitslosen Profis. Die VDV ist somit als eine Gewerkschaft für Profifußballer zu sehen. Im Zuge des Bosman-Urteils gelang der VDV die Durchsetzung des ablösefreien Wechsels nach Vertragsende. Das Bosman-Urteil veränderte die bis dahin geltenden Wechselbestimmungen im Profifußball grundlegend. Nach der Rechtsprechung durften Spieler, deren Vertrag bei einem Verein ausläuft, im Anschluss ablösefrei zu einem anderen Verein wechseln. In den vorherigen Bestimmungen waren Ablösesummen auch in dem Fall zu zahlen, in dem der Vertrag eines Spielers ausläuft.⁷³

Weiterhin veranstaltet die Vereinigung in der Haupttransferperiode von Juli bis September Trainingscamps für vereinslose Fußballer. Durch Testspiele gegen hochklassige Gegner wie Bundesligisten oder italienische Erstligisten können sich die Spieler erstens fit halten und sich zweitens durch gute Leistungen bei den Klubs anbieten. Laut VDV finden rund 80% der Teilnehmer anschließend einen neuen Arbeitgeber.⁷⁴



Abbildung 8: Logo Vereinigung der Vertragsfußballer⁷⁵

Ein weiteres großes Ziel der Vereinigung ist, den Übergang von der aktiven Karriere in die nachfußballerische berufliche Laufbahn so erfolgreich wie möglich zu gestalten. Neben sportlichen Gesichtspunkten gibt es aber auch nichtsportliche Unterstützung für die Profis. So werden beispielsweise regelmäßig Medienschulungen durchgeführt, bei denen gerade junge Spieler den Umgang mit den Sportjournalisten lernen. Ziel dabei ist, die Spieler so vorzubereiten, dass sie sich nicht durch unüberlegte Aussagen ein

⁷³ Vgl. Eichler, 2014: o.S.

⁷⁴ Vgl. Vereinigung der Vertragsfußballer, o.J.: S. 3 ff.

⁷⁵ Vereinigung der Vertragsfußballer, 2014: o.S.

negatives Image schaffen. Denn dies ist für das Ansehen und auch den Marktwert nicht gerade förderlich.⁷⁶

Betrachtet man nun insgesamt die Aufgaben der Vereinigung der Vertragsfußballer, so fällt auf, dass sich diese, sowie auch die Ziele, mit denen der Spielerberater überschneiden. Die VDV tritt somit als eine Art „Beratergewerkschaft“ für Spieler auf. Allerdings werde diese Vereinigung, zumindest von der Sportagentur „neblung sportsnet-sportsnetwork“ eher als Unterstützung, denn als Konkurrent betrachtet.⁷⁷

Von ihren Beratern erwarten die Spieler, dass sie seriös handeln und ihnen die bestmögliche Beratung bieten. Dies beinhaltet, dass die Berater die Interessen ihrer Klienten bestmöglich vertreten. Ist dies nicht der Fall, kann es auch sein, dass der Klient sich von seinem Berater trennt. Zuletzt gelang eine solche Trennung vom ehemaligen Bremer und zukünftigen Wolfsburger Aaron Hunt in die Medien. Dieser hatte im März verkündet, seinen auslaufenden Vertrag nicht verlängern zu wollen, ehe er im Mai seinen Wechsel zum VfL Wolfsburg verkündete. In den dazwischenliegenden Monaten wechselte der Fußballprofi seinen Berater. Über die Gründe kann nur spekuliert werden. Der Grund, der am ehesten einleuchtet ist allerdings, dass sich die Verhandlungen mit einem neuen Verein in die Länge zogen und er daher auf eine Entscheidung um seine sportliche Zukunft pochte.⁷⁸

Ähnliches spielte sich bereits 1984 ab, allerdings mit einem anderen Hintergrund. Die zentralen Figuren waren damals der ehemalige deutsche Nationalspieler Andreas Brehme und dessen Berater Holger Klemme. Der Trennungsgrund laut Brehme war, dass Klemme auf einen Transfer seines Klienten drängte, um Geld zu verdienen. Klemmes Aussagen zufolge ging die Trennung von Brehme aus, da dieser sich ohne seine Genehmigung Immobilien gekauft habe.⁷⁹

An diesem Beispiel wird klar, dass einige Spieler mit unseriösen oder unfähigen Beratern ihre Interessen durchsetzen und sich gegebenenfalls von ihnen trennen.

Darüber hinaus verlassen sich insbesondere junge Fußballspieler, die vielleicht gerade erst in das Fußballgeschäft einsteigen, auf die Kompetenz der Berater. Die Spieler sind gewissermaßen auf die Erfahrungen und Beziehungen der Berater angewiesen, um in

⁷⁶ Vgl. Vereinigung der Vertragsfußballer, o.J.: S. 11 ff.

⁷⁷ Vgl. Anhang 1

⁷⁸ Vgl. o.V., 2014: o.S.

⁷⁹ Vgl. o.V., 1984, S. 210

dem Geschäft Fuß zu fassen. Der Fußballspieler möchte somit die sozialen Netzwerke seines Beraters nutzen, um in dem Beruf Profifußballer anzukommen.⁸⁰

Ohne Frage erwartet ein Spieler von seinem Berater, dass er die Interessen des Spielers klar über seine eigenen stellt. Somit soll der Berater möglichst auch auf sportliche Kriterien achten und nicht nur auf die finanziellen Belange. Selbstverständlich spielen die finanziellen Aspekte auch eine gewisse Rolle, jedoch sollten diese eine untergeordnete Rolle einnehmen.⁸¹

Im Endeffekt muss jedoch jeder Spieler für sich selbst seine Ziele festlegen. So möchte etwa Brian Behrendt stets das Optimum an Leistung herausholen und mittel- bis langfristig in einer der ersten beiden deutschen Profiligen spielen. Hinzu kommt, dass er als großes Ziel hat, der beste Spieler auf seiner Position in der Liga, in der er spielt, zu werden. Weiterhin ist eher sein Wunsch als sein Ziel gesund und verletzungsfrei zu bleiben, da dieses nicht nur von ihm persönlich beeinflussbar ist.⁸²

Zusammenfassend kann man die Ziele eines Fußballspielers in drei Kategorien unterteilen, in sportliche, wirtschaftliche und sonstige Zielsetzungen.

Sportliche Zielsetzungen	Wirtschaftliche Zielsetzungen	Sonstige Zielsetzungen
Entwicklung der sportlichen Fähigkeiten	Erhöhung seines Fixgehaltes	Vertrag mit Wunsch-Verein
Erreichung der sportlichen Erfolge	Erhöhung der Prämien	Verbesserung der Umfeldbedingungen

Tabelle 2: Zielsetzungen eines Fußballprofis

Abschließend kann man festhalten, dass der Spieler daran interessiert ist, sich allein auf den Fußball konzentrieren zu können. Für alle anderen Belange ist deren Berater zuständig. Dieser sollte alle möglichen Lasten von den Schultern seines Klienten nehmen und ihm somit eine solide Basis für eine erfolgreiche Fußballerkarriere bieten.

4.3 Interessen der Vereine

Die Fußballvereine in den obersten Spielklassen verfolgen hauptsächlich sportliche und wirtschaftliche Interessen. Dabei ist jedoch festzuhalten, dass diese Interessen einander bedingen. Durch sportlichen Erfolg erhält ein Verein mehr Geld, z.B. durch

⁸⁰ Vgl. Jungheim, 2005: S. 115

⁸¹ Vgl. Kern, 2005: S. 51 f.

⁸² Vgl. Anhang 2

TV-Gelder oder höhere Sponsorenzahlungen. Ist ein Verein wirtschaftlich stärker, ist auch der Grundstein für eine sportlich erfolgreiche Zukunft gelegt. Diese sportlichen und wirtschaftlichen Ziele werden meist von den Vorständen zu Saisonbeginn ausgegeben. Die Ziele müssen allerdings auch aufeinander abgestimmt sein. Denn bestimmte Ziele können nicht erreicht werden, ohne dass die anderen erreicht wurden. Zum Beispiel kann man sich als finanzschwacher Verein nicht als realistisches Ziel setzen, die Deutsche Meisterschaft zu gewinnen. Erst wenn ein Verein wirtschaftlich konkurrenzfähig ist, kann er auch im sportlichen Wettbewerb bestehen, denn mit einer hohen Finanzkraft können qualitativ bessere Spieler verpflichtet werden, die dann im Idealfall auch dementsprechende Leistung abliefern.

Dabei driften Anspruch und Wirklichkeit jedoch nicht selten sehr weit auseinander. Ein Beispiel hierfür lieferte der Hamburger SV in den letzten beiden Saisons. Vor Saisonbeginn der Spielzeit 2013/2014 sprach der Verein als sportliches Ziel den sechsten Tabellenplatz aus. Dieser würde die Teilnahme am europäischen Wettbewerb und somit auch Einnahmen im Millionenbereich bedeuten. Nun ist allerdings deutlich geworden, dass der Verein nicht annähernd das Ziel erreicht hat. Nach den Relegationsspielen gegen die Spielvereinigung Greuther Fürth, Tabellendritter der zweiten Liga, entging der HSV nur knapp dem Abstieg in die zweite Liga. Obwohl der Saisonstart nicht ideal verlief, wurde an den sportlichen Zielen festgehalten. Bereits nach dem 12. Spieltag belegte der HSV mit lediglich 12 Punkten den 14. Tabellenplatz⁸³, wodurch das sportliche Ziel schon in weite Ferne gerückt war. Der Vorstandsvorsitzende Carl-Edgar Jarchow sah zu diesem Zeitpunkt jedoch keine Notwendigkeit, die sportlichen Ziele zu korrigieren.⁸⁴

Neben den sportlichen und wirtschaftlichen Interessen, gehen Fußballvereine auch anderen Zielen nach, die jedoch als sekundär einzustufen sind. So gibt etwa der Bundesligist 1. FSV Mainz 05 auf seiner Internetpräsenz verschiedenste Ziele und Visionen an. Diese sind mit dem Image und der Kultur des Vereins eng verknüpft.

Der Verein visiert die Erhaltung dieser besonderen Kultur und der Atmosphäre der Fans gepaart mit Toleranz, Respekt und Fairplay gegenüber den Gegnern an. Dies solle trotz der zwangsläufigen Professionalisierung und Kommerzialisierung im Profifußball geschehen.

⁸³ Vgl. Anhang 7

⁸⁴ Vgl. Schiller, 2014: o.S.

Ebenfalls soll speziell die fußballerische Identität des Klubs gewahrt werden. Diese wurde insbesondere durch die letzten zwanzig Jahre durch verschiedene Trainer geprägt. Darunter zählen Wolfgang Frank (Trainer von 1995 bis 1997 und von 1998 bis 2000), Jürgen Klopp (Trainer von 2001 bis 2008) und Thomas Tuchel (Trainer von 2009 bis 2014). Diese Trainer prägten den Mainzer Fußball durch ihren Stil, Fußball spielen zu lassen. Die daraus entstandene fußballerische Identität soll zukünftig bewahrt, aber auch weiterentwickelt werden.

Der Mainzer Fußballverein hat sich in den letzten Jahren in der Bundesliga etabliert und sich stetig entwickelt. Auch die Nachwuchsarbeit kann einige Erfolge nachweisen. Im Jahr 2009 wurde die A-Jugendmannschaft Deutscher Meister, im darauffolgenden Jahr scheiterte die Mannschaft erst im Halbfinale zur Deutschen Meisterschaft. Dieser Weg wurde in der Vergangenheit ohne große Geldgeber bewältigt und soll auch in Zukunft weiter gegangen werden.

Als weitere Ziele gibt der 1. FSV Mainz 05 langfristige wirtschaftliche Seriosität, professionellen Leistungsaufbau, weitere Etablierung in der Bundesliga, kontinuierliches Personalmanagement sowie soziale Verantwortung und soziales Miteinander innerhalb des Vereins und zwischen Verein und Fans an.⁸⁵

Schließlich ist festzuhalten, dass die Ziele und Interessen von Verein zu Verein unterschiedlich sind. Diese hängen unter anderem mit dem Anspruch des jeweiligen Vereins zusammen. Ein Klub, der mehrere Jahre in der Champions-League gespielt hat, wird auch in der folgenden Saison als Ziel die Qualifikation für die Champions-League ausgeben. Trotzdem sind die Ziele aber nicht pauschal für die nächsten fünf Jahre zu formulieren. Belegt ein solcher Verein aus irgendwelchen Gründen in mehreren Saisons einen Platz der nicht zur Teilnahme am europäischen Wettbewerb berechtigt, liegt die Vermutung nahe, dass einige Leistungsträger den Verein verlassen und somit auch die Qualität innerhalb der Mannschaft sinkt. So müssen auch die Ziele dementsprechend angepasst werden.

Bei der Wahl ihrer Ziele müssen die Vereine jedoch einiges beachten. So steht bei den meisten Vereinen der sportliche Erfolg an erster Stelle. Dadurch besteht die Gefahr, dass wirtschaftliche Ziele untergeordnet oder sogar missachtet werden. Doch gerade

⁸⁵ Vgl. 1. FSV Mainz 05, 2014: o.S.

dadurch geraten viele Vereine in finanzielle Schwierigkeiten, aus denen sie nur schwer wieder herauskommen.⁸⁶

Leider ist es ebenfalls der Fall, dass Vereine bei der Verfolgung ihrer Ziele teilweise auch illegale Handlungen gegenüber legalen vorziehen. So dürfen Vereine laut FIFA Spielervermittlerreglement nicht mit nicht-lizenzierten Spielervermittlern oder Agenturen zusammenarbeiten. Bietet ein solcher Vermittler jedoch einen Spieler an, den der Verein unbedingt haben möchte, so verhandeln die Vereine auch mit diesem.⁸⁷

4.4 Interessen der Berater

Spielerberater sollten generell ihre Interessen den Interessen ihrer Klienten unterordnen. Insgesamt muss jedoch zwischen seriösen und unseriösen Beratern unterschieden werden. Seriöse Berater stellen tatsächlich ihre Interessen hinter die ihrer Klienten und versuchen immer, die für die Spieler beste Lösung zu finden. Unseriöse Berater werden hingegen eher wirtschaftliche Interessen verfolgen, die allerdings eher für den Berater von Vorteil sind als für die Spieler.

So sagt Torben Hoffmann, ehemaliger Profifußballer, sei sein Berater Steffen Schneekloth, stets darauf bedacht, bei einem möglichem Wechsel die sportliche Seite für den Spieler in den Vordergrund zu stellen und seinen Klienten eine interessante Perspektive für die Zukunft zu bieten. Diese stelle er dabei klar über die finanziellen Aspekte.⁸⁸

Als konkretes Beispiel für die Ziele bzw. Interessen formuliert die Sportagentur „neblung sportsnetwork“ deren Interessen wie folgt:

„Wir betreuen und beraten unsere Spieler professionell, effektiv, nah und individuell. Vorrangiges Ziel ist dabei die Vermittlung eines optimalen und stimmigen Spielervertrages, aber auch Sponsorvertrages. Individuell bedeutet bei uns, die Einbeziehung der Persönlichkeitsmerkmale in die Entscheidung bei der Vereinswahl / Standortwahl.“⁸⁹

⁸⁶ Vgl. Nufer, 2013: S. 9

⁸⁷ Vgl. Schleufe, 2014: o.S.

⁸⁸ Vgl. Kern, 2005: S. 51 f.

⁸⁹ Vgl. Anhang 1

5 Konfliktpotenzial beim Aufeinandertreffen der Parteien

Im folgenden Kapitel wird das Ziel dieser Arbeit herausgearbeitet. Hierbei geht es darum, die Konfliktpotenziale zwischen den verschiedenen Parteien aufzuzeigen, die bei der Vermarktung von Profifußballern die Hauptrollen einnehmen. Dabei handelt es sich um Spieler, Vereine und Berater. Es ist anzumerken, dass jedoch alle Parteien bei jeder Konstellation eine kleine Rolle einnehmen und somit alles ineinandergreift und sich überschneidet. Trotzdem ist eine Trennung in die jeweiligen Parteien unabdingbar.

5.1 Spieler ↔ Verein

Zwischen Spielern und Vereinen gibt es schon auf den ersten Blick einiges an Konfliktpotenzial. Allein schon aus dem Grund, dass bei einem Verein viele Personen eine Bedeutung und somit auch ein Mitspracherecht haben. So fasst der Begriff Verein Trainer, Vorstand oder andere Verantwortliche zusammen.

Das größte Konfliktpotenzial lauert wohl bei Vertragsverhandlungen oder wenn es darum geht, die Rolle des Spielers im Verein bzw. in der Mannschaft zu definieren. Hierbei kann es schnell zu unterschiedlichen Auffassungen kommen. So sieht es auch Brian Behrendt, der darin ebenfalls das größte Konfliktpotenzial zwischen Spieler und Verein sieht.⁹⁰

Aber auch wenn es darum geht, dass Spieler zu einem anderen Verein wechseln möchten, obwohl noch ein Vertrag mit dem aktuellen Verein besteht, können Konflikte entstehen. Das aktuellste Beispiel für einen solchen Konflikt lieferte gerade erst der türkische Nationalspieler Hakan Calhanoglu. Erst im Februar diesen Jahres hatte das Talent seinen Vertrag beim Hamburger SV bis zum Jahr 2018 verlängert. Nicht einmal ein halbes Jahr später wechselte der Türke jetzt für 14 Millionen Euro zu Bayer 04 Leverkusen.

Der Konflikt bestand darin, dass der Spieler den Verein auf jeden Fall verlassen, dieser den Spieler aber auf keinen Fall ziehen lassen wollte. Dieser Konflikt sorgte indes für Diskussionsstoff bei Fans und Medien.

⁹⁰ Vgl. Anhang 2

Als Grund nannte Calhanoglu, dass ihm die Perspektive beim Hamburger SV fehle. Er beteuerte zugleich, dass er den HSV im Guten verlassen wolle, sagte aber im selben Atemzug, dass er nicht möchte, dass der Verein eine Mauer um seine Karriere baue. Er sei damals mit großer Hoffnung zum Verein gekommen, habe diese aber im Laufe der Saison verloren.⁹¹

Ein weiterer Konflikt könnte bei der Kaderplanung entstehen. Gibt es Spieler, die noch einen Vertrag bei einem Verein haben, aber in den Planungen des Trainers keine Rolle mehr spielen, so kommt es nicht selten vor, dass den Spielern ein Vereinswechsel seitens des aktuellen Vereins nahe gelegt wird. Als Beispiel hierfür sind zwei Spieler von Hertha BSC Berlin aus der vergangenen Saison 2013/2014 aufzuführen. Hierbei handelt es sich um Peer Kluge und Maik Franz. Im Februar 2014 wurden beide regelrecht in die zweite Mannschaft „abgeschoben“.

Wenn die Spieler, wie in diesem Fall geschehen, diese Entscheidung nicht akzeptieren wollen, ist ein Streit schon vorprogrammiert. Die beiden Spieler wollten ihr Recht zur Teilnahme am Profitraining durchsetzen. Hierzu wandten sie sich an die Vereinigung der Vertragsfußballer. Da keine Einigung erreicht wurde, reichte Peer Kluge beim Arbeitsgericht Berlin eine Klage ein. Mittlerweile spielt Kluge beim Drittligisten Arminia Bielefeld. Die Gerichtsverhandlung steht noch aus.

Ähnlich sieht es bei Kluges ehemaligen Vereinskollegen Maik Franz aus. Auch er hatte Klage eingereicht, da er seiner Meinung nach *„dazu bewegt werden [soll], das zu machen, was der Verein möchte: den Vertrag [aufzulösen].“*⁹²

Dieser Fall kann jedoch auch genau umgekehrt verlaufen. Ein Spieler möchte unbedingt den Verein wechseln, der aktuelle Verein möchte den Spieler hingegen unbedingt halten. Ein Beispiel für dieses Szenario beschäftigte im letzten Jahr ganz Fußballdeutschland. Die Rede ist von Robert Lewandowski. Der Spieler hatte einen Vertrag bei Borussia Dortmund bis zum 30.06.2014, wollte allerdings schon ein Jahr zuvor zum Rekordmeister FC Bayern München wechseln. Die Dortmunder Verantwortlichen hatten dagegen schon frühzeitig signalisiert, dass sie den polnischen Stürmer halten wollen und nicht daran interessiert seien, den Spieler nach München ziehen zu lassen. Dieses zwanghaft bei einem Verein halten, kann auch Probleme verursachen. Im Fall Lewandowski ist aus Sicht von Borussia Dortmund alles gut gegangen. Der Stürmer hat sich äußerst professionell verhalten und ist in seiner letzten Saison beim BVB so-

⁹¹ Vgl. Transfermarkt.de, 2014: o.S.

⁹² Transfermarkt.de, 2014: o.S.

gar bester Torschütze der Bundesliga geworden. Dieses Beispiel beweist, dass man mit der richtigen Einstellung auch solche Interessenkonflikte lösen kann, sodass beide Parteien am Ende zufrieden sind.

5.2 Spieler ↔ Berater

Das wohl größte Problem zwischen Spieler und seinem Berater kann auftreten, wenn der Spieler sich einen unseriösen Berater aussucht. Diese sind meistens Quereinsteiger und verfügen über keine oder wenige Kontakte, keine Erfahrung und sind primär auf das eigene Wohl aus. Bernhard Schmeilzl, seinerseits Vorstandsvorsitzender des Berufsverbands der Spielervermittler und Sportmanager e.V., ist der Meinung, dass die Zusammenarbeit mit einem solchen Berater für den Spieler fatale Folgen haben kann. *„Der Berater schaut nur auf die eigene Vermittlungsprovision, verspricht das blaue vom Himmel, berät schlecht bei Verhandlungen oder dreht dem Spieler windige Kapitalanlagen an“.*⁹³

Doch gerade dadurch entsteht eine große Hürde auf dem Weg zu einem guten Berater. Heutzutage sind Spieler fast schon gezwungen sich einem Spielerberater anzuschließen. Die fast unlösbare Aufgabe für die jungen Talente besteht nun darin, die Spielerberater zu beurteilen und zu bewerten. Doch diese Beurteilung kann nur aufgrund von Erfahrungswerten erfolgen, die allerdings meistens noch nicht vorhanden sind. Der Spieler begibt sich also zunächst in eine unsichere Beziehung zu einem Spielerberater oder –vermittler und ist somit von den Entscheidungen des Beraters absolut abhängig.

Einige unseriöse und egozentrische Berater versuchen sogar ihre Klienten zu monopolisieren, um dadurch der alleinige Ansprechpartner in allen Sachlagen zu werden. Ziel dahinter ist, die unbeschränkte Kontrolle über das Leben der Spieler zu erlangen. Mittel dazu sind, dass sie augenscheinlich die Rolle des besten Freundes, Psychologen, Chauffeurs und Pressebeauftragten einnehmen.⁹⁴

Hinzu kommt, dass einige Berater, gerade weil sie nur im eigenen Interesse agieren, auf einen Vereinswechsel ihrer Klienten drängen, damit sie Provision verdienen können. Die Entwicklung des Spielers rückt dabei in den Hintergrund. So kann ein verfrüh-

⁹³ Schleufe, 2014: o.S.

⁹⁴ Vgl. Jungheim, 2005: S. 159

ter Vereinswechsel eine ganze Fußballerkarriere zerstören und das nur, weil der Vermittler bei einem Vereinswechsel profitiert.⁹⁵

Das Problem mit den unseriösen und nicht lizenzierten Spielerberatern wird dadurch noch verstärkt, dass der DFB nicht gegen diese vorgehen kann. Lizenzlose Berater stehen in keiner Rechtsbeziehung zum Verband, der allenfalls mit Sanktionen gegen die Spieler selbst oder die Vereine agieren kann.⁹⁶

Aber nicht nur bei der Vereinsvermittlung treten Probleme auf. Auch bei nichtfußballerischen Themen, wie die Vermarktung des Markenrechts, kann es zu Konflikten kommen. Denn auch dort müssen sich Berater mittlerweile auskennen, um zu den besten des Fachs zu gehören. Die Kunst dabei ist, nicht willkürlich dutzende Werbepartner für seine Klienten heranzuziehen, sondern diese möglichst effektiv zu selektieren. Das Image des Produkts bzw. des Unternehmens muss ziemlich genau auf die Persönlichkeit des Spielers abgestimmt sein. Ist das nicht der Fall und der Spieler ist in jedem zweiten Werbespot zu sehen, besteht die Gefahr, dass der Spieler mehr durch seine Werbepräsenz in den Schlagzeilen steht als durch seine sportlichen Leistungen.⁹⁷

Die Sportagentur „neblung sportsnetwork“ ist selbst in der Beratung von Fußballprofis aktiv und kann somit aus Erfahrung solche Interessenkonflikte am besten einschätzen. In deren Augen bestehe Konfliktpotenzial in der differenzierten Auffassung bei den Angeboten eines Vereins oder der sportlichen Perspektive. Die Beratung der Agentur charakterisiere, dass sie ausschließlich auf das Wohl der Spieler ausgerichtet sei. Schlussendlich sei es aber immer noch die Entscheidung des Spielers selbst, ob er den Vorschlägen der Agentur folge oder nicht. Als weiterer Konflikt wird die unsichere Situation auf dem deutschen Arbeitsmarkt bezüglich der fehlenden Exklusivität in der Vertragsgestaltung zwischen Spielerberater und Spieler angegeben.⁹⁸

5.3 Verein ↔ Berater

Zu guter Letzt wird das Konfliktpotenzial zwischen Vereinen und Beratern betrachtet. Verfolgt eine der Seiten ihre persönlichen Interessen zu stark, so kann es auch hier zu Spannungen kommen. Diese können wiederum verschiedenste Ursachen haben. So kam es 2007 zu Unstimmigkeiten zwischen dem Berater Jörg Neubauer und dem FC

⁹⁵ Vgl. Kern, 2005: S. 14 f.

⁹⁶ Vgl. Schneider, 2014: o.S.

⁹⁷ Vgl. Haberkamm, 2014: o.S.

⁹⁸ Vgl. Anhang 1

Hansa Rostock, bei dem damals zwei seiner Klienten beschäftigt waren. Es handelte sich dabei um Tim Sebastian und Marc Stein. Von beiden Spielern wären die Verträge zum Ende der Saison ausgelaufen. Der Verein wollte diese gerne verlängern und begab sich somit in Vertragsverhandlungen mit deren Berater. Dieser hat aber die Gespräche „verschleppt“ und mehr das eigene Wohl, als das seiner Klienten im Sinn. Der Manager des Klubs, Herbert Maronn, glaubt ganz fest daran, dass Herr Neubauer seine eigenen Interessen verfolgt hat und Tim Sebastian und Marc Stein bei anderen Vereinen unterbringen wollte.⁹⁹

Ein weiteres Beispiel spielte sich noch im selben Jahr ab. Bei Verhandlungen um einen Profivertrag mit dem damals 18-jährigen deutschen Abwehrtalent Christopher Schorch stellte dieser seinen Berater vor, der zugleich der Stiefvater seiner Freundin war und ausgebildeter Friseur. Diese Kombination war dem damaligen Manager von Hertha BSC Berlin, Dieter Hoeneß, zu viel, sodass dieser dem Mann Hausverbot erteilte. Einen Friseur wollte er als Verhandlungspartner nicht akzeptieren. Die Geschichte endete dann mit einem Wechsel des Spielers zu Real Madrid.

Fußballtrainer Christian Streich vom SC Freiburg geht sogar soweit, dass er die Berater, die sich bei den Jugendspielen des Klubs Talente anschauen, direkt anspricht und sie bittet zu gehen. Ebenso verbietet er Deals und Absprachen mit den noch minderjährigen Spielern, denn die Freiburger Fußballschule sei kein Ort, an dem man plündern könne.¹⁰⁰

In diesem Zusammenhang ist auch noch einmal der „Fall Lewandowski“ zu nennen. Hierbei hatten die Berater des polnischen Stürmers in den Augen des aktuellen Vereins, Borussia Dortmund, äußerst unprofessionell gehandelt. Seine Berater hatten in den Medien stets berichtet, dass deren Klient zum FC Bayern München wechseln möchte, dieser Transfer sogar schon besiegelt sei und das obwohl Lewandowski noch einen Vertrag über ein weiteres Jahr beim BVB hatte. Solche Meldungen können natürlich Unruhe in eine Mannschaft bringen und da die Nachricht über den Wechsel, wie wir heute wissen, der Unwahrheit entsprachen, ist die Empörung der Vereinsbosse von Borussia Dortmund durchaus zu verstehen.¹⁰¹

Ferner beklagen sich Vereine über die wachsende Macht der Spielerberater im Profifußball. So ist Wolfgang Holzhäuser, Geschäftsführer von Bayer 04 Leverkusen, der

⁹⁹ Vgl. Hartmann, 2014: o.S.

¹⁰⁰ Vgl. Runde, 2014: o.S.

¹⁰¹ Vgl. Wallrodt, 2014: o.S.

Ansicht, dass der Fußball bald zu einem Großteil von den Beratern und nicht mehr von den Verbänden gesteuert werde, wenn die Verbände nicht Acht geben.¹⁰²

Aus Sicht von „neblung sportsnetwork“ seien Konflikte zwischen Vereinen und Beratern grundsätzlich gegeben, da die Berater die Interessen der Spieler vertreten, die Vereine seien hingegen auf ihre eigenen Interessen bedacht. Dies führe automatisch zu Streitigkeiten um die Ablöse eines Spielers, aber auch der Umgang und die Fürsorge mit den Spielern seien häufige Themen.¹⁰³

¹⁰² Vgl. Kaelble, 2014: o.S.

¹⁰³ Vgl. Anhang 1

6 Berufsbild des Spielerberaters

Spielervermittler haben heutzutage einen großen Einfluss auf die Spieler, da die Berater für alle möglichen Lebenslagen des Spielers verantwortlich sind und somit dem Spieler eine ideale Basis schaffen, damit dieser sich allein auf das Fußballspielen konzentrieren kann. Das führt zu einem Einfluss auf die Vereine, was wiederum einen Einfluss auf die Ergebnisse der Ligen hat. Dieser Einfluss ist entweder direkter oder indirekter Natur. Unmittelbar hat der Spielervermittler natürlich die Oberhand bei Vertragsangelegenheiten o.ä..¹⁰⁴

Im folgenden Kapitel wird zunächst untersucht, ob und wie die Begriffe Spielerberater und Spielervermittler unterschieden werden können. Welche Aufgabenbereiche fallen auf welchen Tätigkeitsbereich? Gibt es Überschneidungen?

Anschließend wird die Entwicklung des Berufes Spielerberater betrachtet. Wann traten Spielerberater das erste Mal auf und wie hat der Beruf so an Bedeutung gewonnen? An dieser Stelle wird auch kurz auf das Bosman-Urteil und dessen Auswirkung auf die Entwicklung des Berufs Spielerberater Bezug genommen.

In den nächsten Abschnitten setzt sich der Autor mit der "Deutschen Fußballspieler-Vermittler Vereinigung" sowie den Aufgaben und Herausforderungen von Spielerberatern auseinander. Zum Abschluss dieses Kapitels wird der Autor auf das Image der Spielerberater eingehen. Hierunter versteht sich das Image der Spielerberater nach außen, also, wie die Öffentlichkeit den Beruf Spielerberater sieht.

6.1 Unterschiede zwischen Spielerberater und Spielervermittler

Gibt es Unterschiede zwischen Spielerberater und Spielervermittler? Kann man die beiden Berufsfelder klar voneinander abgrenzen? Gibt es Überschneidungen der Tätigkeitsfelder? All diese Fragen soll der folgende Abschnitt beantworten.

Bei dem Versuch eine klare Definition für eines der beiden Berufsfelder zu finden, fällt auf, dass eine eindeutige Definition nicht vorliegt. Das könnte daran liegen, dass sich der Beruf Spielervermittler bzw. Spielerberater in der Vergangenheit sehr verändert

¹⁰⁴ Vgl. Heidtke, 2013: S. 5

und entwickelt hat. Aus der Primär-Professionalisierung des Berufsfelds Profifußballer, entstand auch die Sekundär-Professionalisierung des gesamten Umfelds des Profifußballs und somit auch der Beruf des Spielervermittlers.

Der Spielervermittler ist für die Vermittlung eines Spielers zu einem neuen Verein zuständig, der Berater hingegen für den Abschluss von Sponsorenverträgen oder etwa die Kapitalanlagen.¹⁰⁵ Der Vermittler ist somit als Makler zu sehen, während der Berater eher als eine Art „Künstleragent“ tätig ist.¹⁰⁶

Häufig findet man Definitionen, die jedoch unklar abgegrenzt sind und somit auf beide Berufe zutreffen können. Das liegt daran, dass heutzutage kaum noch Abgrenzungen getätigt werden können, da die meisten Vermittler auch als Berater tätig sind und umgekehrt. Es kommt also zu Überschneidungen, was dazu führt, dass die Begriffe synonym genutzt werden können. Ebenso fallen darunter die Begriffe „Spieleragent“ oder „Spielermanager“.¹⁰⁷

Nach dem FIFA Spielervermittlerreglement ist ein Spielervermittler eine natürliche Person, die zwei Parteien zur Begründung eines Arbeitsverhältnisses zusammenführt. Im Jahr 2001 hat die FIFA dann den Begriff des Vermittlers ausgeweitet, sodass nun auch Vertragsverhandlungen und die Vertretung der Interessen ebenfalls in das Tätigkeitsfeld mit einfließen.¹⁰⁸ Somit ist anzunehmen, dass die Spielerberater sich der Tätigkeit der Spielervermittler „bemächtigt“ haben und der „reine“ Spielervermittler demzufolge kaum noch existiert.¹⁰⁹

Außerdem kann als klarer Unterschied angemerkt werden, dass Spielervermittler sowohl von einem Spieler als auch von einem Verein engagiert werden können. Spielervermittler sind in diesem Fall Experten auf dem Gebiet und haben einen genauen Überblick über den nationalen und internationalen Fußballmarkt. Sie bieten ihre Dienstleistung an und bringen damit den Vereinen und den Spielern gleichermaßen einen Nutzen.¹¹⁰

¹⁰⁵ Vgl. Jungheim, 2005: S. 147

¹⁰⁶ Vgl. Jungheim, 2005: S. 150

¹⁰⁷ Vgl. Heidtke, 2013: S. 70

¹⁰⁸ Vgl. FIFA, 2007: S. 4

¹⁰⁹ Vgl. Jungheim, 2005: S. 159

¹¹⁰ Vgl. Jungheim, 2005: S. 147

6.2 Deutsche Fußballspieler-Vermittler Vereinigung

Gegründet wurde die Deutsche Fußballspieler-Vermittler Vereinigung im Jahr 2007 mit dem Ziel die deutschen Fußballspieler-Vermittler zu organisieren und deren Interessen zu vertreten. Ebenso sollen laut der Satzung der Vereinigung die „hohen Standards der Professionalität, Transparenz und verbandsrechtliche Kontrolle der lizenzierten Fußballspieler-Vermittler erhalten“¹¹¹ werden. Ein Meilenstein in der Geschichte dieser Vereinigung war die Anerkennung durch die großen deutschen Fußballvereinigungen, darunter DFB, DFL und VDV. Das europäische Pendant zur DFVV, die European Football Agents Associations (EFAA) wurde ebenfalls von verschiedensten Fußballvereinigungen offiziell anerkannt. Aktuell zählt die Vereinigung bereits über 40 Mitglieder, die entweder eine Lizenz vom DFB besitzen oder über die deutsche Staatsbürgerschaft verfügen und eine ausländische Lizenz inne haben oder lizenzierte Spielervermittler ohne deutsche Staatsbürgerschaft, die ihren Sitz in Deutschland haben.



Abbildung 9: Logo Deutsche Fußballspieler-Vermittler Vereinigung¹¹²

In der Satzung werden zudem noch weitere Ziele beschrieben. Darunter fällt unter anderem die „Pflege und Förderung aller beruflichen und wirtschaftlichen Interessen“¹¹³ der lizenzierten Spielervermittler. Dies zeichnet sich durch „Förderung und Mitgestaltung“ der sie betreffenden Regelung aus. Des Weiteren sollen deren Interessen im Zuge der Kommunikation mit den anderen Parteien (DFB, der Landesverbände, DFL, VDV) verfolgt und vertreten werden. Ergänzend dazu sollen diese Angelegenheiten auch gegenüber der EFAA repräsentiert werden.

¹¹¹ Vgl. Deutsche Fußballspieler-Vermittler Vereinigung, 2014: o.S.

¹¹² Deutsche Fußballspieler-Vermittler Vereinigung, 2014: o.S.

¹¹³ Vgl. Deutsche Fußballspieler-Vermittler Vereinigung, 2014: o.S.

Präsident der DFVV ist Karl-Heinz Thielen. Er war nach seiner aktiven Fußballerkarriere beim 1. FC Köln Fußballmanager des selben Vereins. Anschließend war er auch als Schatzmeister, Geschäftsführer und Vizepräsident tätig. Heute ist Thielen als lizenzierter Spielervermittler tätig und wurde 2007 zum Gründungspräsidenten gewählt, dessen Amt er immer noch innehat.

Die weiteren Personen im Führungsstab sind Thomas Kroth, Ronny Zeller, Dr. Gregor Reiter, Manfred Schulte und Konstantin Liolios.¹¹⁴

6.3 Entwicklung des Berufs Spielerberater

Mit der Einführung der bezahlten Vertragsspieler durch den DFB im Jahr 1949 traten auch die ersten Spielervermittler auf, die als Zwischenhändler zwischen Spielern und Vereinen bei Transfers tätig wurden. Zunächst waren jedoch nur wenige Spielervermittler tätig. In den 1960er und 1970er Jahren beherrschten in Deutschland drei Spielervermittler den Markt. Dr. Georg Ratz, Nikolaus Berger und Raymond Schwab waren in diesen beiden Jahrzehnten an über 1.000 Transfers beteiligt.¹¹⁵

Mitte der 1960er Jahre kam es dann auch schon zum ersten Eklat in Zusammenhang mit Spielervermittlern. Bundesligist Hertha BSC Berlin wurde vom Spielbetrieb in der Bundesliga ausgeschlossen, da der Verein zu hohe Zahlungen an Spieler und Spielervermittler getätigt hat. Dies widersprach damals dem Bundesligastatut.

Um im Anschluss daran mehr Kontrolle und Transparenz über die Transfers der Bundesliga zu schaffen, führte der DFB 1966 die „Paritätische Fußballspieler-Vermittlungsstelle“ ein. Das Ziel dahinter war, dass Transfers nur noch über diese Instanz ablaufen dürfen. Damit beabsichtigte der Verband den illegalen und privaten Spielervermittlern das Handwerk zu legen. Da diese Vermittlungsstelle aber nicht ernst genommen wurde, verschärfte der DFB den Druck auf die Vermittler. Dies gelang dadurch, dass die Vereine die Provisionen der Vermittler erst nach Ablauf des Vertrages zahlen durften. Der Erfolg dieser Maßnahme zeigte sich dadurch, dass in der Saison 1968/1969 bereits fast 500 Transfers über die Vermittlungsstelle abgewickelt wurden.

¹¹⁴ Vgl. Deutsche Fußballspieler-Vermittler Vereinigung, 2014: o.S.

¹¹⁵ Vgl. Heidtke, 2013: S. 48

Nur kurze Zeit später (Anfang der 1970er Jahre) ließ dieser Erfolg aber schon wieder nach. Ursache hierfür waren finanzielle Einbußen der Vereine, die durch weniger Zuschauer bei den Spielen in den Stadien entstanden. Hieraus resultierte wiederum ein erhöhter Erfolgsdruck für die Vereine, um solvent und konkurrenzfähig zu sein. Wegen diesem finanziellen Engpass und der gesteigerten Konkurrenzsituation griffen die Vereine wieder vermehrt auf illegale Spielervermittler zurück, um dadurch nur die besten Spieler zu bekommen.¹¹⁶

In den 1980er Jahren stand ein Spielervermittler besonders im Fokus. Holger Klemme hätte ohne weiteres mit seinen Klienten zwei komplette Bundesligamannschaften stellen können. Dafür erntete er harsche Kritik von den Funktionären und Vereinsvorsitzenden der Bundesligaklubs. Im Kern der Kritik stand die befürchtete Spielmanipulation, da die Vermittler großen Einfluss auf ihre Klienten hatten und immer noch haben.

Zu dieser Zeit war die Tätigkeit als Spielervermittler eher eine Nebenbeschäftigung. Das Berufsbild bestand aus Gastronomen, Versicherungsmaklern, Großhändlern und Postbeamten. Neben Holger Klemme stachen besonders Heinz Slupek, von Beruf Postbeamter, der die halbe Mannschaft von Borussia Dortmund betreute und Dr. Michele Puller, Fleischhändler, der Kontakte zwischen deutschen Spielern und dem italienischen Verein Juventus Turin herstellte, hervor.¹¹⁷

Eines der bedeutendsten Ereignisse in der Entwicklung stellte das Bosman-Urteil dar. Dieses war der Auslöser für die Ausweitung des Berufs Spielervermittler.¹¹⁸ Durch die dadurch eintretenden Veränderungen in den Transferbestimmungen gewann der Beruf Spielervermittler oder auch Spielerberater noch mehr an Bedeutung. Es kann also behauptet werden, dass das Bosman-Urteil und der Beruf Spielervermittler, wie er heutzutage beschrieben werden kann, in einem Kontext stehen.¹¹⁹

Erst im Jahr 1996 wurde durch das Erlassen des FIFA Spielervermittlerreglements der Begriff des Spielervermittlers offiziell in den professionellen Fußball integriert.¹²⁰

Gerade in den letzten Jahren hat die Bedeutung von Spielervermittlern enorm zugenommen, da die Berufsfußballer weitestgehend international tätig sind. Ebenso suchen

¹¹⁶ Vgl. Heidtke, 2013: S. 49

¹¹⁷ Vgl. Heidtke, 2013: S. 50

¹¹⁸ Vgl. Heidtke, 2013: S. 67

¹¹⁹ Vgl. Heidtke, 2013: S. 47

¹²⁰ Vgl. Heidtke, 2013: S. 70

Vereine bekannter Weise nicht nur im Inland, sondern ebenfalls international nach geeigneten Verstärkungen für ihr Team.¹²¹

6.4 Aufgaben/Herausforderungen des Spielerberaters

Viele Menschen verbinden mit dem Begriff Spielerberater oder Spielervermittler eine Person, die darauf aus ist, einen seiner Klienten für eine möglichst hohe Summe von einem zum anderen Verein zu transferieren, damit er möglichst viel Provision kassieren kann. Diese Ansicht entsteht dadurch, dass eine Minderheit der Spielerberater tatsächlich so handelt und deren einzige Tätigkeit darin besteht, bei Transfers ihrer Schützlinge lediglich die Hand aufzuhalten und kräftig abzukassieren.¹²² Diese schlechten Eigenschaften einer Minderheit einer bestimmten Gruppe werden auf die gesamte Gruppe übertragen. Für die Allgemeinheit herrschen also diese schlechten Eigenschaften für die gesamte Gruppe vor.

Betrachtet man nun die Aufgaben, stellt man fest, dass dies hauptsächlich diejenigen sind, die generell für den Beruf des Spielerberaters angenommen werden können oder von Experten geäußert werden. Im Anschluss hieran werden die Herausforderungen aufgeführt. Darunter versteht man die Hürden und Hindernisse, die ein jeder Spielerberater bei der Ausübung seines Berufes zu bewältigen hat. Dazu zählen harte Kriterien, unter anderem verschiedenste Auflagen, beispielsweise von der FIFA festgelegte Regelungen und Transferrichtlinien, oder auch weichere Kriterien, wie das Erkennen von Talenten und aus diesen das Maximum an Leistung herauszuholen.

Es gibt viele seriöse Spielerberater, die nicht ausschließlich nach ihrem eigenen Interesse handeln, sondern auch nach dem ihrer Klienten. Das zeigt sich zum Beispiel daran, dass ein Großteil dieser seriösen Spielerberater über die Spielervermittler-Lizenz verfügt. Derzeit sind 6.869 Spielervermittler offiziell bei der FIFA lizenziert.¹²³ Dabei stellt Italien mit 1.061 die meisten lizenzierten Spielervermittler. Deutschland belegt in diesem Ranking, mit 455 offiziell lizenzierten Spielervermittlern, hinter Spanien (609) und England (533) den vierten Rang.¹²⁴

¹²¹ Vgl. Heidtke, 2013: S. 147

¹²² Vgl. Kern, 2005: S.9

¹²³ Stand: 31.07.2014

¹²⁴ Vgl. FIFA, 2014: o.S.

Rang	Land	Anzahl lizenzierter Spielervermittler	Anzahl Erst- und Zweitligaspieler	Spieler pro Spielervermittler
1	Italien	1.061	1.156	1,09
2	Spanien	609	1.020	1,67
3	England	533	1.144	2,15
4	Deutschland	455	1.020	2,24
5	Brasilien	238	1.424	5,98
6	Argentinien	220	1.357	6,17
7	Frankreich	216	1.075	4,98
8	Türkei	177	1.028	5,81
9	USA	164	943	5,75
10	Niederlande	144	1.094	7,60
Gesamt		3.817	11.261	2,95

Tabelle 3: Top 10 Herkunftsländer Spielerberater

In diesem Ranking sind lediglich die Personen aufgelistet, die die Spielervermittlerprüfung abgelegt und bestanden haben. Weiterhin ist es Familienangehörigen der Spieler und Rechtsanwälten auch ohne abgelegte Prüfung erlaubt, als Spielervermittler tätig zu werden. In Tabelle 1 ist auffällig, dass in Italien für fast jeden Spieler in der ersten und zweiten Liga ein Spielervermittler tätig sein könnte, wenn diese lediglich in ihrem Land agieren würden. In den Niederlanden wären jedem Spielervermittler knapp acht Spieler zugeteilt. Im Durchschnitt der Top 10 hätte jeder Spielervermittler drei Klienten in den ersten und zweiten Ligen seines Herkunftslandes.

Viele Experten sehen die Spielervermittler und -berater in einer großen Verantwortung. Schließlich können sie über den Erfolg beziehungsweise den Misserfolg eines Spielers mitentschieden, haben sogar den größten Einfluss auf die Entwicklung der Karrieren ihrer Schützlinge. Demzufolge ist eine der Hauptaufgaben von Beratern und Vermittlern umfassende Kenntnisse im Fußballgeschäft zu haben, denn dieses Wissen entscheidet über die berufliche Karriere der Klienten. Der "moderne Berater" sei jederzeit für Änderungen offen, bereit und permanent gewillt Neues hinzuzulernen.

"Der einfühlsame Umgang mit dem Spieler und seiner Situation, systematisches und analytisches Denken, Flexibilität, Kreativität und ein hohes Maß an Zuverlässigkeit sind seine geforderten Eigenschaften".¹²⁵

¹²⁵ Vgl. Kern, 2005: S. 11 f.

Ein professioneller, guter und seriöser Berater zeichnet sich dadurch aus, dass er aus seinen Klienten das Maximum an Leistung herausholt, ihn somit an seine Leistungsgrenze bringt. Als wichtigsten Zeitraum der Beratung gelte die Zeit vom 17. bis zum 25. Lebensjahr des Spielers. In dieser Zeit müsse sich der zunächst noch Jugendliche erst einmal in das Profi-Fußball-Geschäft einordnen und Fuß fassen. In dieser Phase ist ein professioneller und erfahrener Berater nur schwer entbehrlich. Für einen so jungen Menschen ist es nahezu unmöglich, sich auf diesem riesigen Terrain alleine zurecht zu finden. Zu viele neue und schwierige Situationen kommen auf ihn zu und lenken ihn vom wesentlichen, dem Fußballspielen, ab.

Aber nicht nur die sportliche Seite darf beleuchtet werden. Eine substanzielle Aufgabe ist zudem der finanzielle Bereich. Während der Karriere ist nach der Karriere. Nach diesem Leitsatz sollte sich ein jeder Berater orientieren. Denn schon während der aktiven Karriere sollte der Berater darüber nachdenken, was nach der Karriere passiert. Wie geht es mit den Klienten beruflich weiter? Hat er während seiner aktiven Karriere intelligent gewirtschaftet und eine Altersvorsorge aufgebaut? Für all diese Belange steht der Berater in der Verantwortung.¹²⁶

Klaus Kern, selbst aktiver Fußballer, Inhaber der Trainer B-Lizenz und Spielerberater, formuliert in seinem Buch "Der ideale Weg zum Fußballprofi" wie der Spielerberater im Hintergrund eines jeden Spielers agiert, um diesem eine möglichst erfolgreiche Karriere zu ermöglichen.

*"Der moderne Berater ist Freund, Helfer, Manager, Psychologe, und der unermüdliche Koordinator dessen, was die Karriere und ihre gestalterische Professionalität für den Spieler ausmacht."*¹²⁷

Dabei ist der Berater gerade dann gefragt, wenn es für seinen Spieler nicht ideal läuft. Beispiele hierfür sind Verletzungen, Probleme mit dem Trainer oder Teamkollegen oder auch private Probleme. Genauso zählt eine vorübergehende Leistungsschwäche dazu. In diesem Fall ist der Berater besonders gefordert, den Spieler aufzubauen, mit ihm die aktuelle Situation zu analysieren und anschließend Lösungsansätze zu finden. Gerade in diesen Phasen ist die Verfügbarkeit des Beraters für den Spieler unsagbar wichtig. Es ist unabdingbar, die Situation durch ausführliche Gespräche zu überstehen.

¹²⁶ Vgl. Kern, 2005: S. 20

¹²⁷ Kern, 2005: S. 12

Gegebenenfalls ist der Berater auch angehalten, sich mit dem Trainer zusammenzusetzen und gemeinsam mit ihm Lösungsansätze zu finden.¹²⁸

Erfahrungen im Geschäft Profifußball sind für einen Berater nahezu unerlässlich. Denn nur so kann er einschätzen, welcher Verein welchen Spieler sucht, ob der Spieler zu einem bestimmten Verein passt und ob dieser sich bei dem bestimmten Verein durchsetzen kann usw.. Durch die Vertrautheit mit dem Profifußball kann ein Berater auch sehr gut beurteilen, was ein bestimmter Trainer von dem Spieler erwarten wird.¹²⁹

Bringt man die Aufgaben auf einen Punkt, stellt sich heraus, dass der Berater mehr sein muss, als ein Mensch, der so oft wie möglich versucht, seine Spieler zu transferieren, damit er möglichst viel Geld verdient. Der Berater muss eine Allround-Beratung bieten. Er muss sich in verschiedensten Gebieten auskennen. Diese Gebiete sind: das gesamte Geschäft des Profi-Fußballs, Versicherungsangelegenheiten, Geldanlagen, der korrekte Umgang mit der Öffentlichkeit, speziell mit den Medien und natürlich zwischenmenschliche Fähigkeiten.¹³⁰

FIFA-Spielervermittler-Reglement

Seit 1996 wurde der Begriff Spielervermittler offiziell durch die FIFA eingeführt. Das FIFA-Spielervermittlerreglement regelt den Beruf von Spielervermittlern. Es gewährleistet eine angebrachte Ausbildung und eine gewisse Norm für Spielervermittler. Für die Durchsetzung und Einhaltung des Reglements sind allerdings die Nationalverbände verantwortlich. Sie sind dazu angehalten in ihren eigenen Reglements oder Satzungen die Grundsätze des Spielervermittlerreglements einzubetten.¹³¹ Das erste Spielervermittlerreglement trat 1996, ein Jahr nach dem Bosman-Urteil, in Kraft.

In dem Reglement wurde die Tätigkeit von Spielervermittlern, die bei Transfers von einem Nationalverband in einen anderen agierten, geregelt. Für nationale Vereinswechsel war der jeweilige Nationalverband selbst verantwortlich, Regeln aufzustellen. Dabei war jedoch unabdingbar, dass die FIFA diese genehmigte.

¹²⁸ Vgl. Kern, 2005: S. 16

¹²⁹ Vgl. Kern, 2005: S. 19 f.

¹³⁰ Vgl. Kern, 2005: S. 52

¹³¹ Vgl. FIFA, 2007: Kapitel I. Artikel 1

Um die Spielervermittlerlizenz zu erhalten, war lediglich eine geringe Anzahl an Hürden zu nehmen. Nachdem der Bewerber einen schriftlichen Antrag mit einem Führungszeugnis und einem Zentralstrafregisterauszug an den jeweiligen Nationalverband geschickt hatte, bekam er eine Einladung zu einem persönlichen Gespräch, solange er kein Mitarbeiter der FIFA oder einer angeschlossenen Organisation ist. In dem kostenlosen Gespräch muss der Bewerber dann seine Kenntnisse in den Bereichen Bestimmungen im Fußball und im Zivil- und Vertragsrecht unter Beweis stellen. Zudem ist ein guter Eindruck ein weiteres Zulassungskriterium. Verläuft das Gespräch positiv, muss der Bewerber noch eine Bankgarantie von 200.000 Schweizer Franken nachweisen. Anschließend erhält der Bewerber die an die Person gebundene Spielervermittlerlizenz. In dem Fall, dass der Bewerber den Prüfungsausschuss nicht zufrieden stellen konnte, besteht die Möglichkeit, zwei weitere Gespräche zu verlangen.¹³²

Des Weiteren beschreibt das erste Spielervermittlerreglement die Rechte und Pflichten der lizenzierten Spielervermittler. Diese verbieten den Spielervermittlern Spieler zu kontaktieren, die einen gültigen Vertrag bei einem Verein haben. Grundlage hierfür ist ein schriftlicher Vertrag zwischen dem Vermittler und Verein bzw. Spieler. Dabei verpflichtet sich der Vermittler alle Regelungen der FIFA und auch der Nationalverbände einzuhalten. Verstößt der Spielervermittler gegen diese Regelungen oder nimmt er mit einem vertraglich gebundenen Spieler Kontakt auf, muss der Vermittler mit Sanktionen rechnen. Diese reichen von einer Ermahnung bis hin zu einem Lizenzentzug. Theoretisch sind auch Spieler von Sanktionen betroffen und zwar für den Fall, dass er sich einem nicht lizenzierten Spielervermittler anschließt.¹³³

Fünf Jahre später im Jahr 2001, überarbeitete die FIFA das Spielervermittlerreglement, welches am 01. März 2001 in Kraft trat. Die größten Erneuerungen werden im Folgenden beschrieben.

Mit dem Spielervermittlerreglement aus 2001 dürfen nun sowohl die nächsten Verwandten eines Spielers, als auch Rechtsanwälte ohne Lizenz als Spielervermittler tätig werden. Häufig ziehen Spielervermittler bei Vertragsverhandlungen ohnehin einen

¹³² Heidtke, 2013: S. 73

¹³³ Vgl. Heidtke, 2013: S. 74

Rechtsanwalt hinzu, um sich zusätzlich abzusichern.¹³⁴ Darüber hinaus wurde das persönliche Gespräch durch eine schriftliche Prüfung abgelöst.¹³⁵

Die Bankgarantie von 200.000 Schweizer Franken wurde wahlweise durch eine Vorlage einer Haftpflichtversicherung oder einer Bankgarantie von 100.000 Schweizer Franken ersetzt. Ebenfalls neu ist das Unterzeichnen des Berufsethikkodexes, welcher unter anderem besagt, dass der Spielervermittler sich stets an die Regelungen der FIFA und der Verbände zu halten hat.¹³⁶

Betrachtet man noch einmal die prägnantesten Änderungen, so ist festzuhalten, dass sich diese durch die Abschaffung der Bankgarantie und der Übertragung von Aufgaben an die jeweiligen Nationalverbände auszeichnen.¹³⁷

Bis zum heutigen Zeitpunkt wurde im Jahr 2008 das Spielervermittlerreglement zum letzten Mal modifiziert. Am 29. Oktober 2007 wurde das aktuell gültige Reglement verabschiedet und trat am 01. Januar des Folgejahres in Kraft. Mit der Überarbeitung verfolgte die FIFA einige Ziele. Im Vordergrund stand dabei eine bessere Übersichtlichkeit, größere Transparenz des Spielervermittlermarktes sowie eine stärkere Kontrolle darüber. Weiterhin wurde das Ziel zur besseren Realisierung des Reglements verfolgt. Ebenso standen ein erschwerter Lizenzerwerb und die Beschränkung der Lizenzdauer im Fokus.¹³⁸

Ähnlich bedeutsame Veränderungen im Vergleich zu den Neuerungen aus 2001 fanden 2008 nicht statt. Es wurden eher untergeordnete Modifikationen vorgenommen. So wurde das Layout zur besseren Übersichtlichkeit angepasst, die Kapitel wurden inhaltlich vorteilhafter gegliedert und die Thematiken mehr miteinander in Einklang gebracht. Die Beschränkung der Lizenzdauer wurde auf fünf Jahre festgeschrieben. Allerdings erkannte die FIFA bereits im Jahr 2012, dass das Auslaufen der Lizenz nicht der richtige Weg sei, um die Qualität der Spielervermittler sicherzustellen.¹³⁹

Einige sprechen von dem FIFA-Spielervermittlerreglement sogar als Berufsverbotsmodell, da die FIFA „in Ausübung ihrer Machtstellung“¹⁴⁰ versucht,

¹³⁴ Vgl. Jungheim, 2005: S. 151

¹³⁵ Vgl. Heidtke, 2013: S. 75 f.

¹³⁶ Vgl. Heidtke, 2013: S. 76

¹³⁷ Vgl. Heidtke, 2013: S. 78

¹³⁸ Vgl. Heidtke, 2013: S. 78 f.

¹³⁹ Vgl. Heidtke, 2013: S. 80

¹⁴⁰ Vgl. Jungheim, 2005: S. 83

Spielervermittler ohne Lizenz durch Sanktionen und Strafen von der freien Berufswahl auszuschließen. In dem Reglement werden den Spielervermittlern Regeln vorgegeben, nach denen sie handeln müssen und nach denen sie den Beruf ausüben sollen.

Eine weitere Herausforderung für Spielervermittler stellt nochmals die FIFA dar. Dadurch, dass es zu viele unseriöse Spielervermittler gibt, die primär auf ihren persönlichen Profit aus sind, ist der Weltfußballverband gezwungen, dagegen vorzugehen. Die FIFA versucht stetig das Geschäft der Spielervermittler transparenter zu gestalten, um so die Qualität zu steigern und sogenannte "schwarze Schafe" zu eliminieren. So hat zum Beispiel die FIFA Anspruch auf Kopien der Verträge der Spielervermittler mit Vereinen oder Spielern. Außerdem müssen Spielervermittler ihre gesamten Aufträge an den zuständigen Nationalverband senden.¹⁴¹

Hinzu kommt, dass Berater, wie vorher schon beschrieben, im Grunde nur in der Zeit vom 17. bis zum 25. Lebensjahr für einen Spieler tätig sein müssen. Spieler, die oft in der Öffentlichkeit stehen und auch einen gewissen Marktwert erreicht haben, benötigen keinen Vermittler mehr, um sich bei anderen Vereinen anzubieten. Die Vereine kommen häufig schon von sich aus auf den Spieler zu. Der Spieler muss sich also keine Sorgen um seine berufliche Zukunft machen. Lediglich für die außersportlichen Belange ist der Berater vonnöten. Die Kunst für den Berater besteht jetzt darin, seinen Klienten auch über das 25. Lebensjahr hinaus an sich zu binden.¹⁴²

Ferner wird es für Spielerberater zunehmend schwieriger, lukrative Geschäfte abzuschließen, da Vereine darauf bedacht sind, immer mehr Talente aus den eigenen Jugendleistungszentren aufzubauen und in die Teams zu integrieren.¹⁴³

Es ist zu Konstatieren, dass Spielervermittler und -berater ein weitaus größeres Tätigkeitsfeld haben, als öffentlich angenommen wird.

6.5 Image der Spielerberater

Wie schon deutlich wurde, ist das Image der Spielerberater beschädigt. Die Ursache dafür liegt in Vorfällen, in denen Spielerberater tatsächlich egoistisch, ungünstig oder unrühmlich agiert haben. Diese Aktionen werden dann in den Medien so aufgebauscht, dass anschließend für die Öffentlichkeit dieses Abbild für alle Spielerberater gilt. Der

¹⁴¹ Vgl. Jungheim, 2005: S. 84

¹⁴² Vgl. Kern, 2005: S. 52

¹⁴³ Vgl. Kern, 2005: S. 23

Job hat durch sogenannte schwarze Schafe, Trittbrettfahrer und Abzocker seinen schlechten Ruf bekommen. Der Begriff „Abzocker“ beschreibt dabei wohl die Assoziation mit dem Beruf des Beraters am besten.¹⁴⁴

Dieses schlechte Image rührt bereits aus den 1960er Jahren her. Bereits damals war das allgemeine Bild der Spielervermittler, dass sie nur versuchen möglichst oft ihre Klienten zu neuen Vereinen zu transferieren, um somit ihre eigenen Einnahmen zu maximieren.¹⁴⁵

So beschreibt Karlheinz Förster, seinerseits selbst Spielerberater, die Mehrheit der Berater wie folgt.

„Die Mehrheit der Berater fordert, aus eigenem Interesse einen Vereinswechsel, was ich für einen gravierenden Fehler halte. Man reisst den jungen Menschen aus seiner gewohnten Umgebung, nimmt ihn weg aus der vertrauten Schule, weg von den Eltern, von den Geschwistern, weg von Zuhause, vom heimischen Verein, was eine außerordentliche psychologische Belastung für den Betroffenen darstellt. Und das nur, weil der Berater oder Vermittler beim Vereinswechsel profitiert. Im ureigenen Umfeld kann sich ein noch junger, vielversprechender Spieler am besten entwickeln.“¹⁴⁶

Bei dieser Aussage merkt man, dass Förster von seinen Kollegen sehr verärgert bzw. enttäuscht ist. Er beschreibt hier genau dass, was in der Realität leider auch der Fall ist. Berater haben einen jungen und talentierten Spieler in ihrem Klientenkreis und sind darauf aus, ihn so schnell und so oft wie möglich zu anderen Vereinen zu transferieren, damit sie damit viel Geld verdienen. Dabei stellen sie eindeutig ihre eigenen Interessen über die des Spielers. Das kann unter Umständen dazu führen, dass der Spieler mit dem psychischen Druck, der ihn immer wieder erwartet, nicht zurecht kommt und seine Zukunft dadurch verbaut wird, denn darunter leidet auch seine sportliche Leistungsfähigkeit.

Förster ist weiterhin der Ansicht, dass es zu viele Vermittler gäbe, die zu viel vermitteln und zu wenig beraten.¹⁴⁷

¹⁴⁴ Vgl. Kern, 2005: S. 9

¹⁴⁵ Vgl. Heidtke, 2013: S. 48

¹⁴⁶ Kern, 2005: S. 14 f.

¹⁴⁷ Vgl. Kern, 2005: S. 23

7 Ausblick/zukünftige Entwicklung

In den vorangegangenen Kapiteln wurde der gegenwärtige, aktuelle Stand des jeweils behandelten Themas wiedergegeben. In diesem Abschnitt soll ein Blick in die Zukunft gewagt werden.

Für die nähere Zukunft ist eine gravierende Änderung in Bezug auf die Lizenzierung von Spielerberatern und –vermittlern geplant. Die FIFA hat entschieden, die Lizenzierung von Spielerberatern gänzlich aus der Hand zu geben und diese an die Nationalverbände zu übertragen. Die DFL hat dazu bereits einen Vorschlag gemacht. Sie plant die Einführung eines Rating-Systems für Spielerberater. Ab 2015 soll dieses Vorhaben umgesetzt werden. Durch strengere Vorgaben sollen die Transparenz und die Qualität der deutschen Spielerberatung erhöht werden. Gemeinsam mit dem Verband der Spielervermittler und dem DFB, hat die DFL eine Arbeitsgruppe gegründet, welche verbindliche Standards herausarbeiten soll. Es sei zudem wichtig, die „Guten von den Schlechten, die Seriösen von den Unseriösen zu trennen“. Durch das Bewertungssystem soll beispielsweise die Kompetenz in der Finanz- oder Versicherungsberatung geprüft werden. Bleibt die Frage, ob man Kompetenz mit Zahlen bewerten kann. Außerdem ist noch nicht entschieden, ob die Berater durch eine externe Rating-Agentur oder durch eine interne Qualitätserhebung bewertet werden sollen.¹⁴⁸

Die Agentur von Spielerberater Jörg Neblung begrüßt hingegen grundsätzlich die Idee der DFL. Bemängelt wird allerdings, dass die Pläne bislang noch nicht konkretisiert wurden. Ob allerdings am Ende die erwünschte Transparenz und die Erhöhung der Beratungsqualität auch erreicht wird, bleibt abzuwarten.¹⁴⁹

In diesem Zusammenhang hatte Gregor Reiter, Geschäftsführer der Deutschen Fußballspieler-Vermittler Vereinigung, schon 2010 moniert, dass der Inhalt der Spielervermittler-Prüfung viel praxisrelevanter sein müsse. Die aktuelle Prüfung sei nicht geeignet, das abzufragen, was ein Spielervermittler wirklich können müsse.¹⁵⁰

¹⁴⁸ O.V., 2014: S. 125

¹⁴⁹ Vgl. Anhang 1

¹⁵⁰ Vgl. Schneider, 2014: o.S.

8 Fazit

Ziel dieser Bachelorarbeit war es, herauszufinden, ob die Fußballwelt den Beruf Spielerberater überhaupt benötigt oder ob Spieler vielleicht sogar besser beraten sind, wenn sie alles selbst abwickeln. Diese Frage kann recht eindeutig beantwortet werden. Allein, dass aktuell nur 13 Spieler der ersten drei Profifußballligen in Deutschland (in der ersten Bundesliga nur vier Spieler) völlig ohne Berater agieren, zeigt, dass es einen gewissen Bedarf an Personen gibt, die die Spieler bei ihrer Vermarktung unterstützen. Doch das ist nicht allein bei der Vermarktung der Fall. Berater stehen den Spielern heutzutage in allen Lebensbereichen zur Seite. Sei es ein professioneller Berater oder ein Familienangehöriger, die meisten Fußballprofis benötigen in irgendeiner Form eine Unterstützung, damit sie sich in vollem Umfang auf das Fußballspielen konzentrieren können. Allerdings wären einige Spieler besser beraten, wenn sie einen seriöseren Berater engagieren, der mehr auf das Wohl des Spielers aus ist und weniger auf das eigene.

Allgemein ist die Erfahrung der Berater im Umgang mit anderen Verantwortlichen und deren Erfahrung bei Vertragsgesprächen unabdingbar. So ist festzuhalten, dass trotz der negativen Eigenschaften einiger Berater und des allgemein schlechten Ansehens, der richtige Berater beim richtigen Spieler viel bewirken kann und diesen „zum Star formen“ kann, die fußballerische individuelle Klasse natürlich vorausgesetzt.

Außerdem ist in Hinblick auf die Qualität und Seriosität der Spielerberater Besserung in Sicht, da die DFL und der DFB die Einführung eines Ratingsystems für Spielerberater einführen wollen, welches dann die Berater nach bestimmten Gesichtspunkten bewertet und somit auch eine gewisse Transparenz bietet.

Der Verfasser ist ferner der Ansicht, dass die Fußballspieler gar nicht den Umfang an Tätigkeiten bewältigen könnten, die ihnen von den Spielerberatern abgenommen wird. Selbst wenn es ihnen gelänge, würde wahrscheinlich die Leistungsfähigkeit des Spielers auf dem Platz darunter leiden.

Nach Abwägung aller relevanten Faktoren kommt der Autor zu dem Schluss, dass trotz des schlechten Rufs der Spielerberater, ein solch geregelter Wettbewerb, wie er zur Zeit vorherrscht, ohne Spielerberater nicht bestehen kann. Durch das nun schon lange Mitwirken der Berater wäre der Umschwung viel zu groß und nicht tragbar. Des Weiteren wird an diversen Stellen durch verschiedenste Institutionen viel dafür getan, dass die sogenannten „schwarzen Schafe“ eliminiert werden und somit der Markt nur noch von seriösen Beratern bedient wird. Der Autor ist zudem der Überzeugung, dass in naher Zukunft durch die Einführung des Ratingsystems die Qualität der Spielerbera-

tung weiter zunimmt und mehr an Transparenz gewinnt, sodass es vermehrt schwieriger wird, einen unseriösen Spielerberater anzustellen.

Um den Ruf der Spielerberater zu stärken und aufzubessern, befürwortet der Autor die Einführung eines geregelten Einkommens für Spielerberater. Durch verminderte Provisionen im Vergleich zur jetzigen Situation (aktuell circa 10-15 % der Ablösesumme plus Anteile vom Spielergehalt plus Handgelder) könnten leistungsbezogene Zahlungen erhalten werden. Zudem ist es wünschenswert eine Berufsausbildung für Spielerberater einzuführen, da die aktuell angebotene Leistungsüberprüfung (Spielervermittlerprüfung), nach Meinung des Autors, nicht ausreichend ist, um die Qualifikation und die Fähigkeiten der angehenden Berater zu überprüfen. Bei einer Berufsausbildung würde man praxisnaher mit allen benötigten Informationen auf die spätere Tätigkeit als Spielerberater vorbereitet.

Literaturverzeichnis

1. FSV MAINZ 05: Visionen und Ziele. URL: <http://www.mainz05.de/mainz05/verein/chronik/visionen-und-ziele.html>, Stand 26.06.2014

BATTEN & COMPANY: Markenbewertung von deutschen Fußball-Nationalspielern. Düsseldorf 2012

BAUER Sebastian: Arminia lässt Klos nicht gehen. URL: <http://www.westfalen-blatt.de/DSC/1596418-Stuermer-fordert-eine-sportliche-Perspektive-Wunschkandidat-beim-FC-St.-Pauli-Arminia-laesst-Klos-nicht-gehen>, Stand 21.06.2014

DEUTSCHE FUßBALLSPIELER-VERMITTLER VEREINIGUNG: Homepage. URL: <http://www.dfvv.net/>, Stand 26.07.2014

DEUTSCHE FUßBALLSPIELER-VERMITTLER VEREINIGUNG: Satzung der DFVV. URL: <http://www.dfvv.net/satzung.htm>, Stand 29.05.2014

DEUTSCHE FUßBALLSPIELER-VERMITTLER VEREINIGUNG: Vorstand der DFVV. URL: <http://www.dfvv.net/vorstand.htm>, Stand 29.05.2014

DEUTSCHE FUßBALLSPIELER-VERMITTLER VEREINIGUNG: Ziele der DFVV: Transparenz und Professionalität. URL: <http://www.dfvv.net/ziele.htm>, Stand 29.05.2014

DFB: DFB Satzung, Mainz 2013

DFB: Homepage. URL: <http://www.dfb.de/index.php?id=511741>, Stand 26.07.2014

DFL: Bundesliga Report 2014. Frankfurt/Main 2014

EICHLER Christian: Alle Macht den Spielern. URL: <http://www.faz.net/aktuell/sport/fussball/fussball-alle-macht-den-spielern-1277890.html>, Stand 25.07.2014

FIFA: Homepage. URL: <http://www.fifa.com/>, Stand 26.07.2014

FIFA: FIFA Spielervermittlerreglement. Zürich 2007

FIFA: FIFA-Statuten. Zürich 2013

FIFA: Liste der Spielervermittler. URL: <http://de.fifa.com/aboutfifa/organisation/footballgovernance/playeragents/list.html>, Stand 21.05.2014

FOOTBALL GEEZA: Kevin Keegan – Vintage Pics (Part one). URL: <http://www.footballgeeza.com/kevin-keegan-vintage-pics-part-one/>, Stand 26.07.2014

HABERKAMM Niklas: Vermarktung von Fußballspielern: Der Torjubel als Marke. URL: <http://www.ihr-law.de/magazin/vermarktung-von-fusballspielern-der-torjubel-als-marke>, Stand 21.06.2014

HARTMANN Oliver: Manager contra Berater: Riesenzooff um Stein und Sebastian. URL: <http://www.kicker.de/news/fussball/bundesliga/startseite/artikel/166943/>, Stand 24.06.2014

HEIDTKE Nicolas: Das Berufsbild des Spielervermittlers im professionellen Fußball. Eine sozialwissenschaftliche Untersuchung der Berufsgruppe unter besonderer Berücksichtigung der Beziehung und des Einflusses innerhalb des sozialen Systems Fußball. Hamburg 2013

HUBER Frank; MEYER Frederik: Der Fußballstar als Marke: Determinanten der Markenbildung am Beispiel von Lukas Podolski. Wiesbaden 2008

JUNGHEIM Stephanie: Berufsregelungen des Weltfußballverbandes für Spielervermittler. Berlin 2005

KAEUBLE Martin: Die Macht der Spielerberater. URL: <http://www.capital.de/themen/die-macht-der-spielerberater.html>, Stand 10.07.2014

KERN Klaus: Der Weg zum idealen Fußballprofi. Hamburg 2005

KITTELMANN David: Haben Fußball-Testimonials eine bessere Performance? Hamburg 2014

NEBLUNG SPORTSNETWORK: Homepage. URL: <http://www.neblung.net/>, Stand 26.07.2014

NUFER Gerd: Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing. Berlin 2013

O.V.: e.V.. In: Der Spiegel, Ausgabe Nr. 52/1965

O.V.: Gesetze des Dschungels. In: Der Spiegel, Ausgabe Nr. 26/1991

O.V.: Hunt auf dem Sprung zum VfL. URL: <http://www.spoX.com/de/sport/fussball/bundesliga/1405/News/aaron-hunt-vor-wechsel-zum-vfl-wolfsburg-werder-bremen-klaus-allofs-mittelfeldspieler.html>, Stand 22.06.2014

O.V.: Mitunter ins Intime. In: Der Spiegel, Ausgabe Nr. 46/1984

O.V.: Noten für Spielerberater. In: Der Spiegel, Ausgabe Nr. 10/2014

O.V.: Raus aus Deutschland. In: Der Spiegel, Ausgabe Nr. 37/1978

O.V.: Verspielte Millionen. In: Der Spiegel, Ausgabe Nr. 7/1971

RB LEIPZIG: Homepage. URL: <http://www.dierotenbullen.com/>, Stand 26.07.2014

RUNDE Jörg: Millionenspiel Talentejagd. Die Tricks der Berater sind vielseitig. URL: http://www.t-online.de/sport/fussball/id_68862016/millionenspiel-talentejagd-die-tricks-der-berater-sind-vielseitig.html, Stand 21.06.2014

SCHILLER Kai: HSV-Boss Jarchow: „Ich korrigiere die Ziele nicht“. URL: <http://www.abendblatt.de/sport/fussball/hsv/article121873266/HSV-Boss-Jarchow-Ich-korrigiere-die-Ziele-nicht.html>, Stand 26.06.2014

SCHLEUFE Markus: Strippenzieher für Sportlerkarrieren. URL: <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2011-05/beruf-spielerberater>, Stand 07.07.2014

SCHNEIDER Steffen: Spielervermittler-Prüfung: Lizenz zum Schröpfen. URL: <http://www.spiegel.de/sport/fussball/spielervermittler-pruefung-lizenz-zum-schroepfen-a-719343.html>, Stand 21.06.2014

SPANNAGEL Lars: Der RB Leipzig kommt. URL: <http://www.tagesspiegel.de/sport/fussball/new-york-salzburg-markranstaedt-der-rb-leipzig-kommt/1536976.html>, Stand 21.06.2014

TRANSFERMARKT.DE: Beratung durch Familienangehörigen. URL: <http://www.transfermarkt.de/beratungdurchfamilienangehorigen/beraterfirma/berater/1207>, Stand 04.07.2014

TRANSFERMARKT.DE: Calhanoglu: „Ich möchte den HSV definitiv verlassen“. URL: <http://www.transfermarkt.de/calhanoglu-bdquo-ich-moechte-den-hsv-definitiv-verlassen-lldquo-/view/news/160509>, Stand 07.07.2014

TRANSFERMARKT.DE: Hunt begründet Abschied: Fehlende sportliche Perspektive. URL: <http://www.transfermarkt.de/hunt-begrueudet-abschied-fehlende-sportliche-perspektive-/view/news/155545>, Stand 21.06.2014

TRANSFERMARKT.DE: News zu Peer Kluge. URL: <http://www.transfermarkt.de/peer-kluge/news/spieler/1095>, Stand 08.07.2014

TRANSFERMARKT.DE: Spielerprofil Andriy Shevchenko. URL: <http://www.transfermarkt.de/andriy-shevchenko/profil/spieler/3522>, Stand 19.06.2014

TRANSFERMARKT.DE: Transfers RasenBallSport Leipzig 2014/2015. URL: http://www.transfermarkt.de/rasenballsportleipzig/transfers/verein/23826/saison_id/2014, Stand 21.06.2014

TRANSFERMARKT.DE: Vereinsprofil von RasenBallSport Leipzig. URL: <http://www.transfermarkt.de/rasenballsport-leipzig/platzierungen/verein/23826>, Stand 21.06.2014

VEREINIGUNG DER VERTRAGSFUßBALLER: Die VDV – Deine Spielergewerkschaft. Duisburg o.J.

VEREINIGUNG DER VERTRAGSFUßBALLER: Homepage. URL: http://www.spielergewerkschaft.de/index.php?id=6&no_cache=1, Stand 26.07.2014

VON FREYBERG Burkhard: Transfergeschäft der Fußballbundesliga. Preisfindung und Spielerwertbestimmung. Berlin 2005

VON STADEN Frank: Spielerberater im Amateurfußball: Fluch – oder doch eher Segen?. URL: <http://www.kreiszeitung.de/sport/lokalsport/kreis-verden/spielerberater-amateurfussball-fluch-oder-doch-eher-segen-3451313.html>, Stand 21.06.2014

WALLRODT Lars: Spielerberater, schmutzige Paten des Fußballs. URL: <http://www.welt.de/sport/fussball/article114077599/Spielerberater-schmutzige-Paten-des-Fussballs.html>, Stand 10.07.2014

WERNER Jürgen: Nur im Spiel denkt er nicht ans Geld. In: Die Zeit, Ausgabe Nr. 33/1968

Anhang

Anhang 1: Interview mit Jörg Neblung - Spielerberater	56
Anhang 2: Interview mit Brian Behrendt – Fußballprofi bei Rapid Wien.....	59
Anhang 3: Tabelle Transferrekorde 1963 bis 2014	62
Anhang 4: Diagramm Transferrekorde 1963 bis 2014	64
Anhang 5: Spielerprofil Andrea Pirlo	65
Anhang 6: Spielerprofil Claudio Marchisio	66
Anhang 7: Tabelle 1. Bundesliga – 12. Spieltag 2013/2014.....	67

Anhang 1: Interview mit Jörg Neblung - Spielerberater

Wie würden Sie Ihre Ziele bzw. Interessen in Bezug auf Spielerberatung formulieren?

nsn: „Wir betreuen und beraten unsere Spieler professionell, effektiv, nah und individuell. Vorrangiges Ziel ist dabei die Vermittlung eines optimalen und stimmigen Spielervertrages, aber auch Sponsorvertrages. Individuell bedeutet bei uns, die Einbeziehung der Persönlichkeitsmerkmale in die Entscheidung bei der Vereinswahl / Standortwahl.“

Wo sehen Sie potenzielle Interessenkonflikte zwischen Spielern und Beratern?

nsn: „Konfliktpotential besteht in unseren Augen, wenn Spieler und Berater differenzierte Meinungen bzgl. eines Angebotes eines Vereines oder seiner sportlichen Perspektive haben. Unsere Beratungsleistungen im Rahmen der Zusammenarbeit mit Spielern hat den Charakter von Vorschlägen, die ausschließlich auf das Wohl des Spielers ausgerichtet sind. Am Ende entscheidet der Sportler allein, ob er unseren Vorschlägen folgt oder uns um das Erreichen anderer Lösungen bittet. Konfliktpotential birgt zudem die rechtliche unsichere Situation im deutschen Arbeitsmarkt, die keine Exklusivität in der Vertragsgestaltung zwischen Spielerberater und Spieler zulässt.“

Wo sehen Sie potenzielle Interessenkonflikte zwischen Vereinen und Beratern?

nsn: „Konflikte entstehen, weil Berater die Spielerinteressen vertreten und die Vereine auf ihre eigene Interessen bedacht sind. Dies ist zwangsläufig Ablösestreitigkeiten, Umgang und Fürsorge mit Spielern sind häufige Themen.“

Warum sind Sie nicht Mitglied in der Deutschen Fußballspieler-Vermittler Vereinigung?

nsn: „Bisher haben wir die Notwendigkeit dazu nicht gesehen.“

Die Vereinigung der Vertragsfußballspieler bietet ebenfalls eine Beratung für Fußballspieler an. Sehen Sie darin eher ein Konkurrent oder eine Unterstützung?

nsn: „Darin sehen wir eher eine Unterstützung.“

Die FIFA gibt die Lizenzierung für Spielerberater ab 2015 aus der Hand. Die DFL plant derweil die Einführung eines Rating-Systems für Spielerberater. Was halten Sie von diesen Planungen?

nsn: „Grundsätzlich begrüßen wir die Ideen der DFL zur Reglementierung und Bewertung des „Beratermarkts“. Die Pläne der DFL sind bzgl. des geplanten Rating-Systems aber noch nicht konkret. Es steht z.B. nicht fest, ob die Noten durch eine externe Rating-Agentur oder eine interne Qualitätserhebung vergeben werden. Wir sind gespannt wie die DFL die Umsetzung gestalten möchte. Ob ein solches Rating am Ende die gewünschte Transparenz und eine Erhöhung der Beratungsqualität bringen wird, bleibt abzuwarten.“

Worin sehen Sie die Vor- bzw. Nachteile in der Beratung durch Familienangehörige?

nsn: „Unsere Erfahrungen zeigen, dass bei einer Beratung durch Familienangehörige in den allermeisten Fällen die notwendige professionelle Distanz fehlt. Eltern sind in der Einschätzung der Leistungen ihrer Kinder oftmals befangen bzw. subjektiv, was logisch, bei der Arbeit aber nicht zielführend ist. Es kommt zu einer verklärten Sicht und infolge dessen zu einer Falschberatung. Außerdem fehlt Eltern gänzlich die Marktübersicht und Erfahrung, um Angebote oder auch die Situation in einem Klub einschätzen zu können.“

Im Gegensatz dazu, wie äußern sich die Vor- bzw. Nachteile bei der Beratung durch professionelle Spielerberater?

nsn: „Durch eine professionelle Spielerberatung hat der Spieler die Möglichkeit sich komplett auf seine sportlichen Herausforderungen zu konzentrieren und Dinge wie Vertragsverhandlungen, Vereinssuche usw. in die Hände eines erfahrenen und seriösen Beraters zu legen.“

Was sind Gründe dafür, dass Spieler den Berater wechseln?

nsn: „Das kann verschiedenen Gründe haben. Unzufriedenheit, Vertrauensverlust, schlechte Beratung, usw. Die Spieler werden heute permanent von vielen Seiten angesprochen und vereinnahmt. Das ist leider in dieser Branche gang und gebe, maßgeblich durch die fehlende Rechtssicherheit auf Seiten der Berater. Die Spieler selber haben kaum Möglichkeiten die Seriosität eines Beraters zu hinterfragen und landen dadurch gerne auch mal in falschen Händen.“

Haben Sie sich auch schon von einem Spieler getrennt? Wenn nein, was könnten Gründe für eine solche Trennung sein? Wenn ja, was waren die Gründe für die Trennung?

nsn: „Auch das ist schon vorgekommen. Wenn wir kein vertrauensvolles Verhältnis mehr zu einem Spieler haben oder der Spieler langfristig seine sportlichen Perspektiven anders sieht und einschätzt als wir, halten wir es für besser sich zu trennen.“

Gibt es neue, innovative Trends in der Vermarktung von Profifußballern? Wenn ja, wie würden Sie diese beschreiben?

nsn: „Ein Trend ist sicherlich der, dass sehr wenige Top-Spieler den Markt bestimmen bzw. vertreten sind. Eine Vermarktung einzelner Spieler erfolgt fast ausschließlich im Bereich der Nationalspieler. Über die Vereine werden Spieler natürlich bei Aktivitäten des Klubs mit eingebunden, das hat aber eher lokalen / regionalen Charakter.“

Wie läuft die Suche nach neuen Klienten bei Ihnen ab?

nsn: „Wir scouten regelmäßig selber in den unterschiedlichsten Ligen, angefangen bei der B- und A-Junioren-Bundesliga über die Regionalligen bis zur 3.Liga, sowie der 2. und 1. Bundesliga. Zudem besuchen wir die Länderpokale, bei denen die Jahrgänge der verschiedenen Landesauswahlen gegeneinander antreten. Des Weiteren haben wir ein Netzwerk von Scouts, mit denen wir uns regelmäßig zu interessanten Spielern austauschen. Spiele der Jugend-Nationalteams, sowie hochklassige Turniere stehen ebenfalls in unserem „Scouting-Plan“.

Quelle: Eigene Befragung

Anhang 2: Interview mit Brian Behrendt – Fußballprofi bei Rapid Wien

Wie würden Sie die Aufgaben eines Spielerberaters formulieren?

Behrendt: „Die Hauptaufgabe eines Spielerberaters liegt für mich darin, für den Spieler die perfekten Rahmbedingungen zu schaffen. Dazu gehören vor allem gute körperliche Fähigkeiten, wie Kraft, Gesundheit und schließlich auch Leistung zu bringen und zu entwickeln.“

Welche persönlichen Interessen bzw. Ziele haben Sie als Spieler?

Behrendt: „Ich möchte stets das Optimum an Leistung aus mir herausholen. Ein großes Ziel für mich ist auch irgendwann nach Deutschland zurückzukehren und dort in der 2. oder optimaler Weise in der 1. Bundesliga zu spielen. Außerdem möchte ich der Beste auf meiner Position in der jeweiligen Liga in der ich spiele sein. Ein ganz wichtiger Baustein ist aber auch, dass ich fit und gesund bleibe.“

Wie oft tauschen Sie sich mit Ihrem Berater aus?

Behrendt: „Wir tauschen uns fast täglich zumindest aber immer wöchentlich aus. Das hängt immer davon ab, welche Entscheidungen anstehen und in welchen Abschnitten der Saison man sich befindet. Während der Saison tauschen wir uns natürlich mehr aus, als im Urlaub.“

Warum haben Sie sich für die Vermarktung durch einen Spielerberater bzw. einer Agentur entschieden und gegen eine Beratung durch einen Familienangehörigen?

Behrendt: „Im Grunde habe ich mich gar nicht gegen eine Beratung durch einen Familienangehörigen entschieden, weil mein Vater bzw. meine Familie immer noch wichtige Entscheidungsträger und Unterstützer für mich sind. Auf der anderen Seite ist Spielerberater mittlerweile ein eigener Beruf. Das bedeutet, dass professionelle Spielerberater ein weitaus größeres Netzwerk besitzen und damit auch mehr Erfahrung und Routine im Umgang mit Gehaltsvorstellungen. Das persönliche Verhältnis zu meinem Berater hat mir zudem die Entscheidung vereinfacht.“

Worin sehen Sie potenzielle Interessenkonflikte zwischen Spielern und Vereinen?

Behrendt: „Das kann natürlich mehrere Ursachen haben. Als Hauptpunkte fallen mir spontan ein, dass es zu Konflikten kommen kann, wenn die Parteien unterschiedliche Auffassungen in Bezug auf Vertragsdauer und Gehalt haben. Ebenso kann die Rolle des Spielers in dem Verein oder der Mannschaft zu Konflikten führen.“

Was wären Gründe für Sie den Berater zu wechseln?

Behrendt: „Ein Trennungsgrund für mich wäre, wenn ich das Gefühl habe, dass sich mein Berater nicht richtig um mich kümmert. Das könnte sich z.B. durch unregelmäßigen Kontakt oder eine gewisse Distanz zwischen Berater und Spieler abzeichnen. Gerade bei Vertragsgesprächen ist es essenziell, offen und ehrlich mit dem Spieler zu kommunizieren. Ein weiterer Grund sich zu trennen wäre für mich, wenn der Berater ausschließlich in seinem eigenen Interesse handeln würde. Ebenso kontraproduktiv wäre es, wenn beide Parteien unterschiedliche Ziele über beispielsweise die sportliche Zukunft haben.“

Was müsste sich Ihrer Meinung nach in der Zukunft bei der Spielerberatung ändern?

Behrendt: „Da kann ich nur von mir persönlich sprechen. Ich bin mit meinem jetzigen Management zu 100 % zufrieden und auch für die Zukunft sensationell gut aufgestellt. Das Einzige was Gefahr mit sich bringt, ist die Tatsache, dass oft nicht im Sinne des Spielers gehandelt wird, nur damit der Berater Profit schlagen kann mit einem Transfer und damit oft mehr Geld einheimst als sein Klient.“

Wie würden Sie den „idealen Berater“ beschreiben?

Behrendt: „Der „ideale Berater“ sollte eine Art väterliches Verhältnis zum Spieler aufbauen, welches dann 100 % an Vertrauen des Spielers in allen Lebensentscheidungen impliziert. Er sollte die Verhandlungen bzw. Vertragsgespräche im Sinne beider Parteien führen und nicht nur im Sinne des Beraters. Zudem sollte er die Ziele gemeinsam mit dem Spieler aufstellen und dann versuchen diese auch umzusetzen.“

Unterstützt Sie Ihr Berater bei der Erreichung Ihrer Ziele? Wenn ja, in welcher Form?

Behrendt: „Die Unterstützung meines Beraters ist voll da. Er versucht stets die besten Rahmenbedingungen für mich als Spieler zu bieten. Die Leistung auf dem Platz muss aber immer noch der Spieler selbst liefern. Ein weiterer Faktor sind auch die zutreffenden Leistungsanalysen meines Beraters.“

Quelle: Eigene Befragung

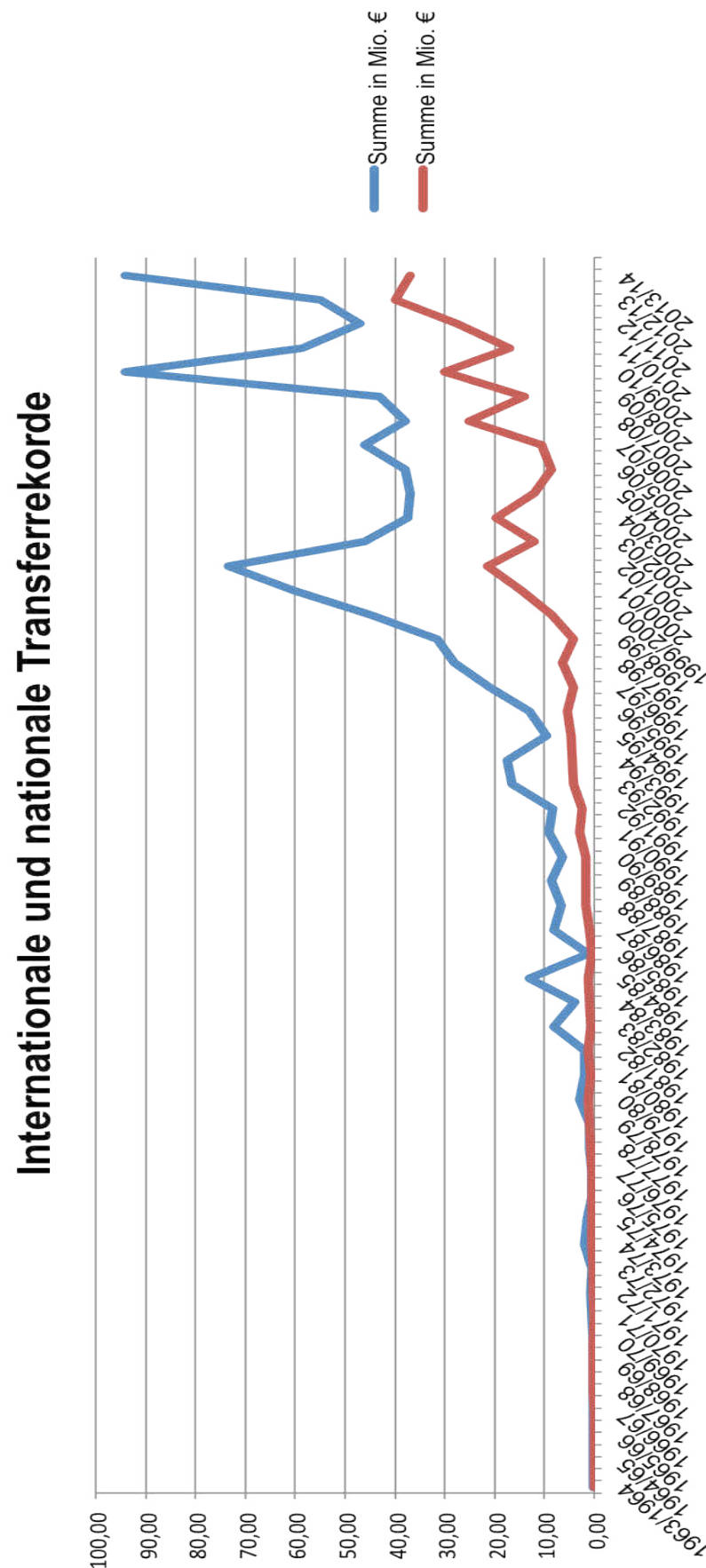
Anhang 3: Tabelle Transferrekorde 1963 bis 2014

Saison	International	Summe in Mio. €	National	Summe in Mio. €
1963/1964	Karl-Heinz Schnellinger	0,25	-	-
	1. FC Köln -> AS Rom		-	
1964/65	Frank McLintock	0,16	Zézé	0,075
	Leicester City -> FC Arsenal London		Unbekannt -> 1. FC Köln	
1965/66	Jim Baxter	0,19	-	-
	Glasgow Rangers -> FC Sunderland		-	
1966/67	Tony Hateley	0,115	-	-
	Aston Villa -> FC Chelsea		-	
1967/68	Jim Baxter	0,175	Jupp Heynckes	0,15
	FC Sunderland -> Nottingham Forest		Borussia M'Gladbach -> Hannover 96	
1968/69	Franz Hasil	0,25	Franz Hasil	0,25
	Rapid Wien -> FC Schalke 04		Rapid Wien -> FC Schalke 04	
1969/70	Allan Clarke	0,185	Lorenz Horr	0,168
	Leicester City -> Leeds United		SV Alsenborn -> Hertha BSC Berlin	
1970/71	Jan van Beveren	0,38	Klaus Fischer	0,088
	Sparta Rotterdam -> PSV Eindhoven		TSV 1860 München -> FC Schalke 04	
1971/72	Alan Ball	0,84	Georg Volkert	0,2
	FC Everton -> FC Arsenal		FC Zürich -> Hamburger SV	
1972/73	Jan Mulder	0,59	Dieter Burdenski	0,175
	RSC Anderlecht -> Ajax Amsterdam		Arminia Bielefeld -> SV Werder Bremen	
1973/74	Johann Cruyff	2,0	Hans-Josef Kapellmann	0,363
	Ajax Amsterdam -> FC Barcelona		1. FC Köln -> FC Bayern München	
1974/75	Paul Breitner	1,5	Uwe Kliemann	0,43
	FC Bayern München -> Real Madrid		Eintracht Frankfurt -> Hertha BSC Berlin	
1975/76	Branko Oblak	0,48	Branko Oblak	0,48
	Hajduk Split -> FC Schalke 04		Hajduk Split -> FC Schalke 04	
1976/77	Roger Van Gool	0,5	Roger Van Gool	0,5
	FC Brügge -> 1. FC Köln		FC Brügge -> 1. FC Köln	
1977/78	Franz Beckenbauer	0,9	Paul Breitner	0,8
	FC Bayern München -> New York Cosmos		Real Madrid -> Eintracht Braunschweig	
1978/79	Trevor Francis	1,05	Paul Breitner	0,925
	Birmingham City -> Nottingham Forest		Eintracht Braunschweig -> FC Bayern München	
1979/80	Andy Gray	3,0	Tony Woodcock	1,25
	Aston Villa -> Wolverhampton Wanderers		Nottingham Forest -> 1. FC Köln	
1980/81	Bernd Schuster	1,9	Rainer Bonhof	0,725
	1. FC Köln -> FC Barcelona		FC Valencia -> 1. FC Köln	
1981/82	Mark Lawrenson	1,85	Klaus Allofs	1,15
	Brighton -> FC Liverpool		Fortuna Düsseldorf -> 1. FC Köln	
1982/83	Diego Maradona	8,0	Norbert Nachtweih	0,75
	Boca Juniors -> FC Barcelona		Eintracht Frankfurt -> FC Bayern München	
1983/84	Walter Schachner	3,85	Sören Lerby	0,925
	Cesena -> FC Turin		Ajax Amsterdam -> FC Bayern München	
1984/85	Diego Maradona	13,0	Lothar Matthäus	1,2
	FC Barcelona -> SSC Neapel		Borussia M'Gladbach -> FC Bayern München	
1985/86	Roberto Baggio	1,25	Thomas Kroth	0,45
	Vicenza -> AC Florenz		Eintracht Frankfurt -> Hamburger SV	
1986/87	Roberto Donadoni	8,0	Andreas Brehme	1,0
	Atalanta Bergamo -> AC Mailand		1. FC Kaiserslautern -> FC Bayern München	

1987/88	Ruud Gullit	6,75	Lajos Détán	1,8
	PSV Eindhoven -> AC Mailand		Budapest Honvéd -> Eintracht Frankfurt	
1988/89	Lajos Détán	8,7	Olaf Thon	1,7
	Eintracht Frankfurt -> Olympiakos Piräus		FC Schalke 04 -> FC Bayern München	
1989/90	Jürgen Klinsmann	6,5	Andreas Thom	1,7
	VfB Stuttgart -> Inter Mailand		BFC Dynamo -> Bayer 04 Leverkusen	
1990/91	Aldair	9,0	Brian Laudrup	3,0
	Benfica Lissabon -> AS Rom		KFC Uerdingen -> FC Bayern München	
1991/92	David Platt	8,25	Oliver Kreuzer	2,35
	Aston Villa -> AS Bari		Karlsruher SC -> FC Bayern München	
1992/93	Gianluca Vialli	16,5	Matthias Sammer	4,25
	Sampdoria Genua -> Juventus Turin		Inter Mailand -> Borussia Dortmund	
1993/94	Dennis Bergkamp	17,5	Karl-Heinz Riedle	4,5
	Ajax Amsterdam -> Inter Mailand		Lazio Rom -> Borussia Dortmund	
1994/95	Andrew Cole / Michael Laudrup	9,6	Andreas Möller	4,6
	Newc. U. -> Man. U. / FC Barcelona -> Real Madrid		Juventus Turin -> Borussia Dortmund	
1995/96	Stan Collymore	13,0	Heiko Herrlich	5,5
	Nottingham Forest -> FC Liverpool		Borussia M'Gladbach -> Borussia Dortmund	
1996/97	Alan Shearer	21,0	Mario Basler	4,1
	Blackburn Rovers -> Newcastle United		SV Werder Bremen -> FC Bayern München	
1997/98	Ronaldo	28,0	Giovane Elber	6,5
	FC Barcelona -> Inter Mailand		VfB Stuttgart -> FC Bayern München	
1998/99	Denilson	31,5	Stefan Effenberg	4,25
	FC Sao Paulo -> Real Betis Sevilla		Borussia M'Gladbach -> FC Bayern München	
1999/2000	Christian Vieri	45,0	Emile Mpenza	8,50
	Lazio Rom -> Inter Mailand		Standard Lüttich	
2000/01	Luis Figo	60,0	Tomás Rosicky	14,5
	FC Barcelona -> Real Madrid		AC Sparta Prag -> Borussia Dortmund	
2001/02	Zinedine Zidane	73,5	Marcio Amoroso	21,5
	Juventus Turin -> Real Madrid		FC Parma -> Borussia Dortmund	
2002/03	Rio Ferdinand	46,0	Zé Roberto	12,0
	Leeds United -> Manchester United		Bayer 04 Leverkusen -> FC Bayern München	
2003/04	David Beckham	37,5	Roy Makaay	19,75
	Manchester United -> Real Madrid		Deportivo La Coruna -> FC Bayern München	
2004/05	Wayne Rooney	37,0	Lúcio	12,0
	FC Everton -> Manchester United		Bayer 04 Leverkusen -> FC Bayern München	
2005/06	Michael Essien	38,0	Valérien Ismaël	8,5
	Olympique Lyon -> FC Chelsea		SV Werder Bremen -> FC Bayern München	
2006/07	Andriy Shevchenko	46,0	Vincent Kompany	10,5
	AC Mailand -> FC Chelsea		RSC Anderlecht -> Hamburger SV	
2007/08	Fernando Torres	38,0	Franck Ribéry	25,0
	Atlético Madrid -> FC Liverpool		Olympique Marseille -> FC Bayern München	
2008/09	Robinho	43,0	Andrea Barzagli	14,0
	Real Madrid -> Manchester City		US Palermo -> VfL Wolfsburg	
2009/10	Cristiano Ronaldo	94,0	Mario Gomez	30,0
	Manchester United -> Real Madrid		VfB Stuttgart -> FC Bayern München	
2010/11	Fernando Torres	58,5	Luiz Gustavo	17,0
	FC Liverpool -> FC Chelsea		TSG 1899 Hoffenheim	
2011/12	Falcao	47,0	Manuel Neuer	27,5
	FC Porto -> Atlético Madrid		FC Schalke 04 -> FC Bayern München	
2012/13	Hulk	55,0	Javi Martínez	40,0
	FC Porto -> Zenit St. Petersburg		Athletic Bilbao -> FC Bayern München	
2013/14	Gareth Bale	94,0	Mario Götze	37,0
	Tottenham Hotspur -> Real Madrid		Borussia Dortmund -> FC Bayern München	

Quelle: Eigene Erhebung auf Basis von <http://www.transfermarkt.de>

Anhang 4: Diagramm Transferrekorde 1963 bis 2014



Quelle: Eigene Erhebung auf Basis von <http://www.transfermarkt.de>

Anhang 5: Spielerprofil Andrea Pirlo

[NEWS](#)
[TRANSFERS & GERÜCHTE](#)
[MARKTWERTE](#)
[WETTBEWERBE](#)
[FOREN](#)
[MEIN TM](#)
[WM](#)
[ANMELDEN](#)

[HOME](#)
[ITALIEN](#)
[SERIE A](#)
[JUVENTUS TURIN](#)
[\(21\) ANDREA PIRLO](#)

#21 ANDREA PIRLO

Geburtsdatum: 19.05.1979 in Brescia
Alter: 35
Nationalität: Italien
Größe: 1,77 m
Im Team seit: 01.07.2011

Vertrag bis: 30.06.2016
Aktueller Verein: Juventus Turin
Position: Zentrales Mittelfeld
Spielerberater: Tullio Tinti
Aktueller Nationalspieler: Italien

Marktwert:
7,50 Mio. €

[PROFIL](#)
[LEISTUNGSDATEN](#)
[TRANSFERS](#)
[NATIONALMANNSCHAFT](#)
[ERFOLGE](#)
[MARKTWERT](#)
[BESONDERE SPIELE](#)

Aktueller Verein
Juventus Turin

Position
Zentrales Mittelfeld

Nationalität
Italien

Vertrag bis
30.06.2016

7,50 Mio. €

RELEVANTE NEWS

11.06.2014 10:22
Juventus Turin verlängert mit Altmeister Pirlo >

13.05.2014 19:45
Routiniers Buffon und Pirlo führen Italiens 30er-Kader an >

24.04.2014 07:23
Ein Schritt vom Finale entfernt: Juve sehnt sich nach Europa-Erfolg >

PROFIL WECHSELN

LÄNDERSPIELKARRIERE

RN	Nationalteam	Debüt	Spiele	Tore
21	Italien	07.09.2002	108	13
10	Italien U21	25.03.1998	37	15
-	Italien U18	01.07.1995	18	7
-	Italien U17	01.06.1995	4	-
-	Italien U16	08.02.1995	6	2
-	Italien U15	12.02.1994	3	-

[ZUM NATIONALSPIELERPROFIL](#)

VERGLEICHBARE SPIELER

Spieler	Alter	Verein	Marktwert
Steven Gerrard Zentrales Mittelfeld	34		7,50 Mio. €

DIE AKTUELLEN TRIKOTS

[ZUM TRIKOTSHOP](#)

WEITERE DATEN

9 Einsätze (1 Tor) für die italienische Olympia-Auswahl.

TRANSFERHISTORIE

Saison	Datum	Abgebender Verein	Aufnehmender Verein	MW	Leihe	Ablöse
11/12	01.07.2011	AC Mailand	Juventus Turin	10,00 Mio. €	-	gratuito
01/02	01.07.2001	Inter Mailand	AC Mailand	-	-	18,00 Mio. €
00/01	30.06.2001	Brescia	Inter Mailand	-	war	Leih-Ende
00/01	01.01.2001	Inter Mailand	Brescia	-	ist	Leihe
99/00	30.06.2000	Reggina Calcio	Inter Mailand	-	war	Leih-Ende
99/00	01.09.1999	Reggina Calcio	Reggina Calcio	-	ist	Leihe
98/99	01.07.1998	Brescia	Inter Mailand	-	-	?
96/97	01.07.1996	Brescia	Brescia	-	-	-

Transfererlöse gesamt: 18,00 Mio. €

JUGENDVEREINE

ASD Calcio Am. Flero (1985-1988), US Voluntas Brescia (1988-1992), Brescia Calcio (1992-6/1998)

LEISTUNGSDATEN 13/14

Wettbewerb	Einsätze	Tore	Assists	Minute pro Tor	Einsatzzeit
Serie A	30	4	7	615	2.459
Europa League	8	2	-	325	649
Champions League	5	-	1	-	418
Supercoppa TIM	1	-	-	-	90
Coppa Italia	1	-	-	-	90
Insgesamt 13/14:	45	6	8	618	3.706

[ZU DEN KOMPLETTEN LEISTUNGSDATEN](#)

Anhang 6: Spielerprofil Claudio Marchisio

[NEWS](#)
[TRANSFERS & GERÜCHTE](#)
[MARKTWERTE](#)
[WETTBEWERBE](#)
[FOREN](#)
[MEIN TM](#)
[WM](#)
[ANMELDEN](#)

[HOME](#)
[ITALIEN](#)
[SERIE A](#)
[JUVENTUS TURIN](#)
[\(8\) CLAUDIO MARCHISIO](#)

#8 CLAUDIO MARCHISIO

Geburtsdatum: 19.01.1986 in Torino

Alter: 28

Nationalität: Italien

Größe: 1,79 m

Im Team seit: 01.07.2005

Vertrag bis: 30.06.2016

Aktueller Verein: **Juventus Turin**

Position: Zentrales Mittelfeld

Spielerberater: Familienangehöriger

Aktueller Nationalspieler: Italien

Marktwert: **28,00 Mio. €**

[PROFIL](#)
[LEISTUNGSDATEN](#)
[TRANSFERS](#)
[NATIONALMANNSCHAFT](#)
[ERFOLGE](#)
[MARKTWERT](#)
[BESONDERE SPIELE](#)

Aktueller Verein: **Juventus Turin**

Position: **Zentrales Mittelfeld**

Nationalität: Italien

Vertrag bis: **30.06.2016**

28,00 Mio. €

RELEVANTE NEWS

12.06.2014 11:00
Die wertvollsten WM-Teilnehmer der Serie A

17.03.2013 09:34
Bayern-Gegner Juventus gewinnt 2:0 in Bologna

12.02.2013 22:39
Champions League: Juventus und Paris auf Viertelfinal-Kurs

AKTUELLE GERÜCHTE

Interessant	Wechselwahrscheinlichkeit
FC Arsenal	-
Manchester United	-
FC Liverpool	-
AS Monaco	-
FC Chelsea	-
FC Bayern München	-

[ZUR GERÜCHTEKÜCHE](#)

SPIELERDATEN

Geburtsdatum: **19.01.1986**

Geburtsort: **Torino**

Alter: 28

Größe: 1,79 m

Nationalität: Italien

Position: Mittelfeld - Zentrales Mittelfeld

Fuß: rechts

Spielerberater: **Familienangehöriger**

Im Team seit: 01.07.2005

Vertrag bis: 30.06.2016

Detailposition

Hauptposition: **Zentrales Mittelfeld**

Nebenpositionen: **Defensives Mittelfeld**
Offensives Mittelfeld

Marktwertentwicklung

Aktueller Marktwert: 28,00 Mio. €

Letzte Änderung: 07.01.2014

Höchster Marktwert: 31,00 Mio. € (14.01.2014)

TRANSFERHISTORIE

Salon	Datum	Abgebender Verein	Aufnehmender Verein	MW	Leihe	Ablöse
07/08	30.06.2008	Empoli	Juventus Turin	2,50 Mio. €	war	Leih-Ende
07/08	01.07.2007	Juventus Turin	Empoli	1,00 Mio. €	ist	Leihgebühr: 75 Tsd. €
05/06	01.07.2005	Juventus	Juventus Turin	-	-	-

Transfererlöse gesamt: 75 Tsd. €

JUGENDVEREINE

Juventus

LEISTUNGSDATEN 13/14

Wettbewerb	Einsätze	Tore	Minute pro Tor	Einsatzzeit
Serie A	29	4	496	1.993
Europa League	7	1	-	513
Champions League	4	-	-	288
Coppa Italia	2	-	-	180
Supercoppa TIM	1	-	-	20
Insgesamt 13/14:	43	4	750	2.999

[ZU DEN KOMPLETTEN LEISTUNGSDATEN](#)

PROFIL WECHSELN














Arturo Vidal
 Claudio Marchisio
 Andrea Pirlo

LÄNDERSPIELKARRIERE

RN	Nationalteam	Debüt	Spiele	Tore
8	Italien	12.08.2009	44	3
-	Italien U21	01.06.2007	18	1
-	Italien U20	13.09.2006	1	-

[ZUM NATIONALSPIELERPROFIL](#)

Anhang 7: Tabelle 1. Bundesliga – 12. Spieltag 2013/2014

Pl.		Verein	Sp.	g.	u.	v.	Tore	Diff.	Pkte.
1	–	 Bayern München (M, P)	12	10	2	0	27:7	20	32
2	–	 Borussia Dortmund	12	9	1	2	32:11	21	28
3	–	 Bayer 04 Leverkusen	12	9	1	2	27:14	13	28
4	–	 Bor. Mönchengladbach	12	7	1	4	28:16	12	22
5	–	 VfL Wolfsburg	12	7	0	5	18:14	4	21
6	–	 FC Schalke 04	12	6	2	4	23:23	0	20
7	–	 Hertha BSC (N)	12	5	3	4	20:16	4	18
8	▲	 VfB Stuttgart	12	4	4	4	24:21	3	16
9	▲	 1. FSV Mainz 05	12	5	1	6	17:23	-6	16
10	▼	 Werder Bremen	12	4	3	5	13:20	-7	15
11	–	 Hannover 96	12	4	2	6	14:19	-5	14
12	▼	 1899 Hoffenheim	12	3	4	5	28:28	0	13
13	–	 FC Augsburg	12	4	1	7	13:23	-10	13
14	–	 Hamburger SV	12	3	3	6	26:29	-3	12
15	–	 Eintracht Frankfurt	12	2	4	6	14:21	-7	10
16	–	 SC Freiburg	12	1	5	6	13:24	-11	8
17	▲	 Eintracht Braunschweig (N)	12	2	2	8	8:23	-15	8
18	▼	 1. FC Nürnberg	12	0	7	5	12:25	-13	7

Quelle: <http://www.kicker.de>

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname